

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ХАБАРШЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

HERALD

of journalism

№1 (47)

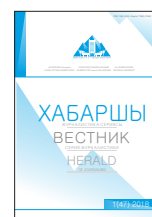
Алматы
«Қазақ университеті»
2018



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ № 1 (47)

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869



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

Күәлік №956-Ж.

Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

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

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Медеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)

Мысаева К.Н. филол. ғ.к., доцент,
(ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)

Антипов К.В., э.ғ.д., профессор, Баспасөз және
медиаиндустрия жоғары мектебінің директоры,
интеграция жөніндегі проректоры (Ресей)

Беккер Р., з.ғ.д., профессор, Н. Коперник атындағы
университеті, халықаралық қатынастар
факультетінің деканы (Польша)

Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)

Эрик Фридман, профессор, Мичиган мемлекеттік
университеті (АҚШ)

Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, эл-Фараби
атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Бекболатұлы Ж., э.ғ.к., проф. м.а, эл-Фараби атындағы
ҚазҰУ (Қазақстан)

Сұлтанбаева Г.С., саяси ғ.д., профессор,
эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.д., профессор м.а.,
эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Мамырова К.С., аға оқытушы,
эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Мухамадиева Л.И., аға оқытушы, эл-Фараби
атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Сапарходжаева Н., аға оқытушы, эл-Фараби
атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ:

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

Журналистика сериясы: қазақ баспасөзінің тарихы, электронды және жаңа медиа, баспа ісі, қоғаммен байланыс,
БАҚ дизайны, шетел журналистикасы, публицистика, медиа-құқық, интернет және әлеуметтік медиа.



Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы

Гульмира Шаккозова

Телефон: +77017242911

E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Редакторлары:

Гульмира Бекбердиева, Агила Хасанқызы

Компьютерде беттеген

Айша Қалиева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Айдана Керімқұл

Телефон: +7(727)377-34-11

E-mail: Aidana.Kerimkul@kaznu.kz

ИБ №12003

Басуға 18.05.2018 жылы қол қойылды.

Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 14,7 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.

Тапсырыс №2883. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.

Эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

«Қазақ университеті» баспа үйі.

050040, Алматы қаласы, эл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Эл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2018

1-бөлім

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

Раздел 1

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

Section 1

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

Ахметова Л.

доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО,
международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: l.s.akhmetova@gmail.com

**1075-ЫЙ СТРЕЛКОВЫЙ ПОЛК. ДОКУМЕНТЫ ПАНФИЛОВСКОЙ
ДИВИЗИИ В ЦАМО РФ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ И ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**

В статье описана работа автора в Центральном архиве Министерства обороны Российской Федерации (ЦАМО РФ) по Панфиловской дивизии. Автор изучал материалы, сохранившиеся в дивизии по 1075 стрелковому полку, 2 батальона, 4 роты, и легендарного подвига 28 панфиловцев. Показаны ошибки журналистов и исследователей при написании работ на исторические темы.

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 социогуманитарных дисциплин.

Ключевые слова: 316 стрелковая дивизия имени И.В. Панфилова, 28 панфиловцев, 1075 стрелковый полк, 2 батальон, 4 рота, Центральный архив Министерства обороны России, журналисты, поисковики.

Akhmetova L.

The doctor of historical sciences, professor of UNESCO department,
the international journalism and media in the society of faculty of journalism,
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail l.s.akhmetova@gmail.com

**1075 shooting regiment. Documents of the Panfilovsky division in Central archive of
Russian Federation for journalists and researchers**

In article work of the author in the Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation (Central archive of Russian Federation) on the Panfilovsky division is described. The author studied the materials laid in a division on 1075 shooting regiment 2 of battalion 4 to a company and a legendary feat of 28 Panfilov's men. Mistakes of journalists and researchers when writing works on historical subjects are shown.

The practical importance of a research consists in a possibility of use of his results in the field of culture, history, 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: The 316th rifle division of I.V. Panfilov, 28 Panfilov's men, 1075 shooting regiment. 2nd battalion, 4th company, Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, journalists, searchers.

Ахметова Л.

тарих ғылымдарының докторы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
журналистика факультетінің ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық
медиа кафедрасының профессоры, Қазақстан, Алматы қ.,
e-mail: l.s.akhmetova@gmail.com

1075 атқыштар полкы. Журналистер мен зерттеушілерге арналған Ресей Федерациясының ҚМ Орталық мұрағатының Панфилов бөлімінің құжаттары

Мақалада Панфилов дивизиясы бойынша РФ Қорғаныс министрлігінің Орталық мұрағатындағы (РФ ҚМОН) жұмыстары сипатталған. Автор 1075 атқыштар полкының 2-ші батальоны 4-ші ротасының және 28 панфиловшылардың аңызға айналған ерлігінің архивте сақталған материалдарын зерттеді. Журналистер мен зерттеушілердің қателіктері тарихи тақырыптар бойынша жұмыстарды жазу кезінде көрсетіледі.

Зерттеудің практикалық маңызы оның нәтижелерін мәдениет, тарих, саясаттанушылар, журналистер, сарапшылар, студенттер, магистранттар мен докторанттарға қолдану мүмкіндігінен тұрады.

Зерттеудің нәтижелері білім беру және тәрбие процестеріне біріктірілуі мүмкін. Қазақстанның тәжірибесі посткеңестік елдердің және республиканың өзінде жаңа тарихтың тәжірибесі ретінде ұсынылуы мүмкін. Материалдар XX ғасырдың тарихи оқулықтарына, журналистика және басқа да әлеуметтік-гуманитарлық пәндерге енгізілуі мүмкін.

Түйін сөздер: И.В. Панфилов атындағы 316 атқыштар дивизиясы, 28 панфиловшылар, 1075 атқыштар полкы, 2-ші батальоны, 4-ші рота, Ресей Қорғаныс министрлігінің Орталық мұрағаты, журналистер, іздеушілер, зерттеушілері.

Введение

77 лет прошло с начала создания Панфиловской дивизии. Многократно описанная в литературе, художественных и документальных фильмах, стихах и поэмах, песнях и музыкальных произведениях легендарная Панфиловская дивизия продолжает будоражить умы и нынешнее поколение правнуков победителей.

Актуальность вопросов военной истории, в частности Панфиловской дивизии, а также и патриотического воспитания молодежи важны и сегодня, так как эти вопросы претерпели такие существенные изменения, что сегодня важно разобраться в проблемах 77-летней давности и показать нынешнее состояние того, о чем писали и говорили в те далекие годы. За свою историю с момента создания в июле 1941 года дивизия имела оглушительную славу первых победителей в Великой Отечественной войне. В боевых действиях знаменитой дивизии было также все: победы и поражения, оборонительные и наступательные бои, храбрость, мужество, отвага и неудачи, отступления, окружения и потери личного состава. На войне как на войне. Было все. Однако сначала писали и говорили только в восхвалительной форме, было время – было и отрицание.

Три информационных войны пришлось пережить Панфиловской дивизии: в конце 40-х, в конце 80-х годов прошлого века и в 10-х годах XXI века. Вопрос касался подвига 28 героев-

панфиловцев у разъезда Дубосеково 16 ноября 1941 года. Это были бойцы из 4 роты 1075 стрелкового полка 316 стрелковой дивизии (Григорьев, Ахметова, 2013).

Теоретическая и практическая значимость темы также необходима, поскольку более четверти 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 – 1075 стрелковый полк 316 стрелковая дивизия имени И.В. Панфилова в 1941 году.

Цель: изучение недавно открытых материалов Центрального архива Министерства обороны Российской Федерации по 316 стрелковой дивизии имени И.В. Панфилова

Задачи:

Изучение материалов ЦАМО РФ.

Сравнение с публикациями советского и нынешнего периодов.

Распространение полученных знаний для журналистов, исследователей и в Интернет-пространство.

Методы: методология сравнительно-исторического исследования, методология и техника социологического исследования, системный и структурно-функциональный подход в сочетании со сравнительно-историческим методом и анализом статистических данных и т.д. Использование преимуществ междисциплинарной методологии, контент-анализа и качественного анализа документов.

Подходы:

- изучение материалов ЦАМО РФ;
- анализ событий и показ их в медиа как опыта прошлого в сравнительно-историческом 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, в том числе и открытых ныне архивов бывшего СССР по военной истории.

История вопроса

В ноябре-декабре 2017 года мне довелось работать в Центральном архиве Министерства обороны РФ (ЦАМО РФ). Я смотрела дела Панфиловской дивизии. В последние несколько лет пришлось услышать, увидеть, прочитать тысячи разных историй о нашей прославленной дивизии. В большинстве своем они были, мягко говоря, мифологизированы от положительного до отрицательного. Например, фигура Бауржан Момыш-улы. Конечно, о Б. Момыш-улы мифы были в сторону преувеличения его подвигов. Так и должно быть, национальные герои во всем мире приобретают и такую качественную черту как самый лучший, единственный, могучий и прочее. Здесь сомнений в отличие от подвига 28 панфиловцев, нет. Однако целью моей работы стала научная история яростного 1941 года, боев 316 стрелковой дивизии и 1075-го стрелкового полка, в том числе и бойцов взвода 4 роты, и

мы будем говорить языком фактов, которые были действительно героические и суровые.

И еще необходимо отметить следующее. Документов о Великой Отечественной войне множество, но материалов о 1941 году чрезвычайно мало, как много о других годах. Понятное дело, пора отступлений, ожесточенных боев, мужества и трагедий... Часть документов была уничтожена в ходе боевых действий, часть сжигали сами, но иногда и успевали задокументировать те или иные события. Сегодня практически все дела по Панфиловской дивизии рассекречены. Поэтому я изучала описи фондов 316 стрелковой дивизии (ЦАМО, ф. 8 гв.сд) и двух ее полков – 1073-го (ЦАМО, ф.19 гв. сп) и 1075-го (ЦАМО, ф. 23 гв. сп). Затем заказывала дела. Естественно, в описях фондов были названы имеющиеся дела всей истории дивизии или полков, которые необходимо было заказать и только потом изучать. Я просмотрела названия всех дел, а заказывала и работала только по 1941 году, и, конечно же, не все дела. Изучая эти документы, могу с ответственностью сказать, что журналов боевых действий 1073-го и 1075-го сп, кроме журнала 1 батальона 1073-го сп за 18.10.-30.10.1941 г., батальона под командованием ст. лейтенанта Б. Момыш-улы (ЦАМО, ф.19 гв. сп, оп. 1, д.1), не сохранились. Их просто нет в действительности.

И еще для незнающих. Дела были засекречены, лишь немногим удавалось проникнуть в святая святых ЦАМО СССР, и им выдавали немногие документы, и зачастую эти исследователи пользовались лишь отрывками именно данного документа, поэтому в ряде книг советского периода имеются частичные ссылки на архив на те или иные военные эпизоды. Кроме того, в каждом документе имеются листы для исследователя, в которые необходимо вписать свою фамилию и инициалы, ответ, с какой целью вы просматриваете этот документ, номера листов документа и что вы с ними делаете – переписываете, просматриваете, и сейчас уже графа: отдали на копирование или сканирование, дату, роспись. За этим строго следят. Кроме того, имеются журналы, где вписываются фамилии тех, кто смотрит эти материалы и много другой документации исследователя. Поэтому всю историю каждого документа можно проследить по фамилиям, кто был допущен к работе, и какую информацию он взял.

И поэтому меня удивляют безответственные заявления некоторых доморожденных историков и журналистов о том, что кто-то может рассказать с точностью до секунды, что же происходило 16

ноября 1941 года в дивизии, и, в частности, у разьезда Дубосеково. Не работавшим в советское и современное время в архивах это трудно понять, поэтому такие люди и допускают смешные «проколы» в своей деятельности, заявляя о том, что они работали долгое время в том или ином архиве.

Изучать документ я начинала именно с этого листа исследователей, вписывая свою фамилию и цель изучения, и попутно просматривая, кто же до меня имел доступ к этим документам. Увы, казахстанских историков и журналистов, журналистов разных стран, делавших документальные фильмы про Панфиловскую дивизию, и тем, кто открыто заявлял об этом, я не нашла.

Я заказала копию журнала 1 батальона 1073-го сп за 18.10.-30.10.1941 г., хотя с недавних пор данный материал имеется в открытом доступе на сайте «Память народа» (Журнал боевых действий 1 сб 1073 сп).

Еще хочу отметить, что, возможно, имеются журналы боевых действий 1077-го сп, 857-го артполка, 589-го отдельного зенитного артиллерийского дивизиона, 203-й разведроты, 597-го отдельного сапёрного батальона, 762-го отдельного батальона связи, 242-го медико-санитарного батальона, 395-й отдельной роты химзащиты, 291-й автотранспортной роты, 445-й полевой хлебопекарни, 688-го дивизионного ветеринарного лазарета, 993-й полевой почтовой станции. Документы этих подразделений я не успела заказать за неимением времени и, хотя бы, просмотреть, потому что в отдельных донесениях штабу дивизии и документах самого штаба дивизии о штабе имеются донесения ожесточенных боях с врагом. Конечно же, если шел враг на штаб дивизии или на населенный пункт, в котором располагались отдельные подразделения, все воевали, или людей этих подразделений направляли на подмогу в стрелковые полки. Таких документов в дивизии сохранилось не мало.

И сегодня хотелось бы послушать размышления Бауржана о войне, о том, как ее мифологизируют, сомневаются в подвигах, поправляют, говоря, что это была не Великая Отечественная война, а Вторая мировая война. А ведь эти люди в большинстве своем не знают военных трудов Б. Момыш-улы, не слышат оставшийся в записи его голос, его кинокадры...

Конечно, многое уходит в прошлое, забывается и настойчивость Бауржана, его жесткость по отношению к тем, кто не понимает суровых

реалий того времени, кто не помнит, что в Панфиловской дивизии были люди многих национальностей и только благодаря интернационализму победил советский народ в той войне.

И слово «советский» пытаются забыть. Мы это уже проходили. В XX веке пытались всю историю свести к антагонистической борьбе между бедняками и богачами. Словно и не было нашей истории, самой разной и очень богатой на события и реалии жизни. Сейчас мы наступаем на одни и те же грабли, хотим забыть, переиначить историю уже XX века, советскую историю Казахстана. А этого допускать нельзя.

Мы должны знать и помнить свою историю, такую, какая она есть со своими положительными и отрицательными направлениями, необходимо изучать и казахскую историю и историю Казахстана в советский период, для того, чтобы не повторить ошибок прошлого и самое главное взять то ценное, фундаментальное, которое нам дал советский строй.

XX век дал цивилизационный рывок вперед в Казахстане. Раньше мы говорили об этом так: сразу от феодального строя перешли к социалистическому, минуя капитализм. Резон в этих словах был, однако сейчас все подвергается сомнению. Мы делаем ошибки в изучении истории, так как сегодня ее изучаем, глядя на нее глазами нынешнего поколения и современных знаний. А историю надо изучать. Погружаясь в ее время, то, которое мы изучаем. Думать мыслями тех людей, жить по их правилам, быть их современниками...

Сегодня мы читаем воспоминания тех, кто оставил мемуары от маршалов до рядовых, от простых людей до звезд советского Казахстана.

Открыты архивы. Читаем произведения Б. Момыш-улы и его боевых товарищей М. Габдуллина (Габдуллин, 1947, 1948, 1949, 1968, 1969, 1971), А. Нусупбекова, Д. Снегина (Снегин, 1948, 1953), С. Ходжикова, А. Трефилова (Трефилов, 1982), А. Усенова (Усенов, Снегин, Булатов, 1985), Н. Нищука (Нишук, 1988), С. Жусуева, Ж. Бейсалиева (Славный путь Панфиловской дивизии, 2015) и др.

И думаем, думаем, думаем...

Самой первой книгой о дивизии была изданная в 1943 году книга А. Бека «Волоколамское шоссе» (Бек, 1943). Огромное внимание Панфиловской дивизии обращали в XX веке и на международном уровне. Их интересовали мужество и победы бойцов восточных республик СССР, военные труды Б. Момыш-улы (Borisov, Koloskov, 1975; Ioffe, 2011; Настольная

книга команданте Че Гевары, 1969; Nelles, 1969; Froh, 2010).

Следует отметить, что для меня это был не просто писательский интерес, но и продолжение темы. Профессором В.К. Григорьевым и мною были также написаны ряд книг о Панфиловской дивизии (Григорьев, Ахметова, 2010, 2011, 2013).

О панфиловцах писали многие, меня же интересовали воспоминания ветеранов дивизии. Я обратила внимание, что имелись книги о 1073 сп, в первую очередь, это произведения Б. Момыш-улы, А. Трефилова, Д. Снегина – артиллерист, Н. Нишук – 1077 сп. Да, эти книги были не только об их полках и подразделениях, они были о всей дивизии в том числе. Но вот почему-то книг о 1075 сп я не нашла. Хотя, безусловно, воспоминания ветеранов полка, разные статьи и материалы имеются, а вот в целом сборников, как о других полках, не было.

Нужно отметить, что о 28 панфиловцах опубликованные материалы превысили все возможные показатели и сравнивать их с другими взводами, полками, дивизиями и внутри самой Панфиловской дивизии не имеет смысла. Их просто великое множество. И тем не менее живые рассказы практически редки.

Нынешние интернет-источники выдают массу разноречивых сведений, порой неподкрепленных никакими материалами. Это тоже признаки демократии. Читай все, что есть. Сегодня весь мир озабочен именно Интернет-информацией, которая способна на все.

15.01.18. задаю поиск по Интернет.

– Момыш-улы Б. – 5 000 ссылок (странное дело, 7.01.18. Интернет мне выдал 305 000 ссылок на русском и казахском языках);

– 28 панфиловцев – 23 000;

– фильм «28 панфиловцев» – 28 000;

– Иван Васильевич Панфилов – 1875;

– Панфиловская дивизия – 2458;

– панфиловцы – 16 000 (Интернет-поиск, 2018).

Конечно, из этого множества есть и положительная информация, грамотная, достоверная, качественная, подкрепленная фактами, ссылками и др.

Именно поэтому мы говорим о медиаграмотности и медиаобразовании со школьных лет. Надо уметь читать, отбирать нужную информацию, анализировать.

Так что же отложилось в архивах ЦА МО РФ о 1075 сп?

Как уже отмечалось, мною были просмотрены фонды дивизии и двух полков – 1073 и 1075,

кроме этого, фонды Ташкентского пехотного училища и Алма-Атинского пулеметного училища за 1941 год. А конкретно выпуски июля-начала августа 1941 года – дополнительные к весеннему обычному выпуску, выпускники которого уже разъехались по местам распределения. Эти выпускники были тем младшим комсоставом, которые распределялись по вновь создаваемым дивизиям в Средне-Азиатском военном округе (САВО), в том числе и 316 стрелковой дивизии (ЦАМО, ф. 60001; ЦАМО, ф.60078). За неимением времени не были просмотрены другие документы. Возможно, упоминания о боевой деятельности 1075 сп могли отложиться в материалах других воинских подразделений, в которых они, рассказывая о себе, описывают взаимодействие с этим полком, но основные документы все же те, которые мною были изучены. И еще раз подчеркиваю, что изучала я 1941 год и те переходящие документы 1941-1942 года, то есть историю формирования и боевые действия 1941 года.

В фонде 1063 – 316 сд – 8 гвардейской сд мы имеем 2 описи.

В описи 1 имеются Краткий очерк боевых действий 8 гвардейской ордена Красного Знамени стрелковой дивизии имени генерал-майора тов. Панфилова (ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 1, д.17), наградные листы на предоставления звания Героя Советского Союза, в том числе и 28 героев-панфиловцев, о численности и боевом составе 316 сд на разные даты. В этой же описи есть сведения о боевом составе 1075 сп, донесения о ряде боев – 4.10, 20.10, 23.10, 12.11, 13.11, 14.11, 15.11, 18.11, 5.12. на разное время дня этих дат (ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 1, д. 8).

В фонде дивизии по 1075 сп меня заинтересовала опись 2 – управление 8 гв. сд: Список начальствующего состава дивизии, в том числе и 1075 сп (ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 2, д. 5). Здесь же списки безвозвратных потерь и пропавших без вести. Это уже цифры, а не фамилии.

Фонд 6148 – это и есть непосредственно изучаемый мною 1075 сп, в котором также 2 описи:

1. Документы по истории и организации полка.

2. Документы по учету личного состава.

В фонде 6148 – 127 дел с 1941 по 1946 гг. 1946 год – здесь только дела, начатые в 1945 г.

Опись 1 имеет 22 дела, из них 2 дела идут по 1941 г. и еще 3 дела переходные 1941-1942 гг. Итого 5 дел по 1941 г.

Опись 2 имеет 106 дел, из них 14 дел – 1941 г. плюс 3 дела переходные 1941-1942 гг. Итого 17 дел по 1941 г.

Названия дел: Списки военнослужащих, принявших присягу, Списки о принятии женщин-военнослужащих, Выбывшие и прибывшие военнослужащие, Описи корешков временных удостоверений, Награды и другие документы, Список военнослужащих, участников битвы под Москвой, Химическая служба, Тылы, Материалы дивизии и полка по артиллерии, Списки убитых и раненых, Организация связи, Материалы по укомплектованию полка, Ведомости на выдачу денежного содержания и др. Следует отметить, что все документы имеют неполный объем, то есть они касаются какого-то временного промежутка, то есть обычно данные на тот или иной день.

Команда 10 – так назывались именные списки, направленные в распоряжение 1075 сп. Такие именные списки были направлены:

Сталинским РВК Алма-Аты – 185 чел.
 Сталинским РВК Алма-Аты – 16 чел.
 Фрунзенским РВК Алма-Аты – 251 чел.
 Фрунзенским РВК Алма-Ата – 31 чел.
 Фрунзенским РВК Алма-Ата – 16 чел.
 Каратайским РВК Алма-Атинской области – 197 чел.
 Энбекши-Казахским РВК – 29 чел.
 Талды-Курганский РВК – 191 чел.
 Меркенским РВК Джамбулской области – 73 чел.
 Курдайским РВК Джамбулской области – 60 чел.
 Кугалинским РВК – 219 чел. (ЦАМО, ф. 23 гв.сп, оп.2, д.10).

То есть имеются списки на 1368 человек. Следует отметить, что также имеются списки из 1075 сп в дальнейшем на перевод и отсылку разного количества людей из разных регионов в другие подразделения. Кроме того, есть список из Ташкентского пехотного училища и Алма-Атинского пулеметного училища на младший состав. Еще и список командного состава.

Имея разные списки, можно вычислить оставшееся количество солдат и офицеров 1075 сп на момент отправки на фронт. Есть еще у нас и получение денежного довольствия на сентябрь, когда активных боев не было, поэтому мы можем иметь список 1075 сп, тех бойцов и офицеров, которые обороняли Москву. Конечно, предстоит огромный фронт работы перевода до рукописного текста в машинописный.

Приказ по 1075 стрелковому полку. Алма-Ата от 18 июля 1941 г.

– Зачислить в списки и на все виды довольствия полка с 18 июля 1941 г. нижепоименованный

рядовой и младший начсостав, призванный для укомплектования полка. В списке 1209 человек (ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп. 2, д. 1).

Имеется список 4 стрелковой роты, состоящей на момент отправки на фронт из 131 человека (ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп.2, д.6).

Читаем приказ по 1075 сп по групповым политзанятиям по 3 батальонам, роте связи, комендантскому взводу и батарее 120 мм (ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп 2, д.2).

Также имеется список на выдачу денежного пособия рядовому и младшему составу 4 роты 2 батальона 1075 сп за сентябрь 1941 г., в котором большую часть фамилий трудно прочитать (ЦАМО, ф.23 гв. сп, оп.2, д. 13).

Сохранились Политические донесения военкома 1075 сп, ст. политрука Мухамедьярова 6, 7, 10, 14, 19, 18, ноября 1941 г., которые он отправляет начальнику Политотдела 8 гвардейской Краснознаменной стрелковой дивизии (ЦАМО, ф.23 гв. сп, оп.1, д. 13).

Из 22 дел по 1941 году 1075 сп я заказала 9 дел. В 1 деле мне отказали, то есть я изучала 8 дел 1941 года 1075 сп.

Сразу же обратила внимание, что нет журналов боевых донесений. Таким образом, какие-то отрывочные сведения мы имеем, а вот описание боев, то есть той деятельности, для которой все это было, нет. Именно это дает возможность тем, которые смогли получить доступ и работать с этими фондами, делать непростительные заявления, что боя 16 ноября у разъезда Дубосеково не было. Надо говорить и писать о том, что не сохранились не только документы о боях 16 ноября, но и все документы о боях 1075 сп за 1941 год. С другой стороны, непростительными являются и заявления некоторых историков и журналистов, которые говорят с бахвальством о том, что могут рассказать каждую минуту прославленного боя 16 ноября. Откуда они могут взять эти данные? С оставшихся в живых 6 участников боя? Но ведь имеются их показания, когда они были ранены, и они не участвовали в окончании боя, поэтому и выжили. Они не видели всей картины боя, даже когда появился политрук В. Клочков с ординарцем Д. Кожубергеновым. Однако в условиях партийно-советской пропаганды они были вынуждены что-то приукрашивать и заявлять о некоторых вымышленных местах, например, о сигнале к началу боя – свисте В. Клочкова. Это был 2 бой до обеда, когда Клочкова не было, а вторым боем руководил после убитого в первом бою старшего сержанта Г. Митина сержант

И. Добробабин, который и дал команду оставшимся в живых:

– Услышав мой свист, начать бой.

Вот из таких разных мелочей и складывается картина неверия, недобросовестности работы журналистов и историков, которые, зажатые рамками пропаганды и идеологии советского и нынешнего времени, совершают умышленные и неумышленные ошибки, дав ручеек сомнений, который превращается в потоки разных инсинуаций, былей и небылей знаменитого боя 16 ноября 1941 г. у Дубосеково.

Первая потеря всей документации 1075 сп была 16 октября 1941 г., когда капитан, начальник штаба полка Манаенков Иван Михайлович вместе со своими сослуживцами и штабной документацией попал в окружение и, закрывшись в сарае на краю деревни, начал бой с немцами. В это время часть его людей сжигала документы. Немцы, окружив их, сожгли сарай. Капитан Манаенко И.М. похоронен в с. Федосьино Московской области (ЦАМО, ф.1063. оп.2. д.17).

Советские войска, ведя кровопролитные бои 1941 года (в них участвовали все, в том числе и штабные работники), в большинстве своем не успевали вести документацию. И это подтверждается документами разных советских дивизий любого направления боев 1941 года.

Таково описание документов, отложившихся в Центральном архиве Министерства обороны Российской Федерации по 1075 сп – 23 гвардейскому сп Панфиловской дивизии.

Надо продолжать изучение документов военных лет, не мифологизируя нашу историю XX века. Необходимо читать книги и мемуары, ОБД Мемориал и другие памятные страницы в Интернет, уметь отличать факты от манипуляций как советского, так и нынешнего периодов.

Чего мы достигли?

Был получен новый пласт знаний по 316 стрелковой дивизии, позволивший теперь аргументировано показывать события тех дней, знать, что некоторые документы не уцелели, и необходимо знать, что манипулировать и выдумать тем, что не было в документах непозволительно в отношении истории 316 стрелковой дивизии, рано или поздно истина откроется.

Результаты:

Впервые открытые архивы по Панфиловской дивизии позволили ответить на многие вопросы, волновавшие общественность, в том числе и журналистов.

Проведен анализ советских и современных изданий по 316 стрелковой дивизии, показаны положительные стороны и ряд ошибок, совершенных по незнанию или осознанно для манипуляции подвигов нашей дивизии.

Положительные и отрицательные стороны в изучении дивизии показали три информационные войны в отношении 1941 года, Панфиловской дивизии и подвига 28 панфиловцев.

Выводы:

На примере 1075 стрелкового полка Панфиловской дивизии показано возрождение казахской и казахстанской истории местными авторами.

Постепенно меняются стереотипы в отношении истории XX века Казахстана и СССР. Появление иных национальных и казахстанских героев и включение их в историю Казахстана становится явным. Вся эта работа проводится местными учеными, историками.

Был дан ответ на три информационные войны в отношении Панфиловской дивизии.

Заключение

Цель, поставленная в начале статьи, решена. Изучены дела Панфиловской дивизии в 1075 сп в 1941 году. Показан подвиг, мужество, стойкость и героизм советских и казахстанских солдат и офицеров в яростном 1941 году.

Были использованы вышеперечисленные методы сравнительно-исторического исследования.

Новые вызовы времени ставят иные задачи, однако без знания истории, изменения стереотипов, использования разных источников и изучения 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 социогуманитарных дисциплин.

Литература

- Бек А. Волоколамское шоссе. – М., 1943.
 Braithwaite Rodric; Moscow 1941; Vintage Books, New York, 2007; p. 298.
 Borisov Oleg, Koloskov Boris. Soviet-Chinese relations, 1945–1970. Indiana University Press (1975). ISBN 9780253354105. pp. 163–164;
 Габдуллин М. Мои фронтовые друзья. – А-А, 1947, Золотая звезда. – А-А., 1948, Фронтовые очерки. – А-А. 1949, Будни войны –А-А, 1968, О друзьях, товарищах – А-А, 1969. Грозные годы. – А-А. 1971.
 Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Первые лица Казахстана в сталинскую эпоху. – Алматы, 2010. – 232 с.
 Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Яростный 1941. Размышления историков. – Алматы, 2011. – 384 с.
 Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Панфиловцы: 60 дней подвига, ставших легендой. – Алматы, 2013. – 280 с. /1-214-235, 2-124-125/.
 Журнал боевых действий 1 сб 1073 сп. – Память народа. – <https://pamyat-naroda.ru/documents/view/?id=130858022>
 Интернет-поиск по заданным темам – 15.01.2018.
 Ioffe, David. «Volokolamskoe shosse» v Izraile (maj 2011).
 Настольная книга команданте Че Гевары.-1969.
 Nelles Toni. Zeittafel zur Militärgeschichte der Deutschen Demokratischen Republik, 1949 bis 1968; Deutscher Militärverlag (1969). OCLC 4984029. p. 204;
 Нишук Н. Дорогой бессмертия. – Фрунзе, 1988.
 Славный путь Панфиловской дивизии. – Бишкек, 2015.
 Снегин Д. На дальних подступах. – А-А, 1948, В наступлении. – А-А, 1953.
 Трефилов А. У ворот Москвы. – А-А, 1982.
 Усенов А., Снегин Д., Булатов Д. Панфиловцы. – А-А, 1985.
 Froh Klaus. Chronik der NVA, der Grenztruppen und der Zivilverteidigung der DDR 1956-1990. Köster (2010). ISBN 9783895747458. p. 140.
 ЦАМО (Центральный архив Министерства обороны Российской Федерации), ф. 8 гв.сд
 ЦАМО, ф.19 гв. сп
 ЦАМО, ф.19 гв. сп, оп. 1, д.1, лл.1-26
 ЦАМО, ф. 23 гв. сп
 ЦАМО, ф. 60001 – Алма-Атинское стрелково-пулеметное училище– Алма-Атинское пехотное училище
 ЦАМО, ф.60078 – Ташкентское военное пехотное училище имени В.И. Ленина
 ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 1, д. 8, лл.27-129
 ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 1, д.17, лл.1-14, д. 14, лл.30-об, 31
 ЦАМО, ф. 8 гв.сд, оп. 2, д. 5, лл.38 об.-39, д. 14, лл.30-об, 31
 ЦАМО, ф.23 гв. сп, оп.1, д. 13, лл. 64-70
 ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп. 2, д. 1, лл. 1-23
 ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп 2, д.2. лл.24 об.-25 об.
 ЦАМО, ф. 23 гв. сп, оп.2, д.6, лл.3-9
 ЦАМО, ф. 23 гв.сп, оп.2, д.10, лл.1-11, 30-32, 40-42, 45, 47, 80-83, 92-93, 97-97 об., 113-116
 ЦАМО, ф.23 гв. сп, оп.2, д. 13, лл. 332-335
 ЦАМО, ф.1063. оп.2. д.17, л.339.

References

- Bek A. Volokolamskoe shosse. – M., 1943. (Beck A. Volokolamsk Highway. – M, 1943. In Russian)
 Braithwaite Rodric. Moscow 1941; VintageBooks, NewYork, 2007; p. 298. (Braithwaite Rodric. Moscow 1941; Vintage Books, New York, 2007; p. 298.)
 Borisov Oleg, Koloskov Boris. Soviet-Chinese relations, 1945–1970; Indiana University Press (1975). ISBN 9780253354105. pp. 163–164. (Borisov Oleg, Koloskov Boris. Soviet-Chinese relations, 1945–1970. Indiana University Press (1975). ISBN 9780253354105. pp. 163–164)
 Gabdullin M. Moi frontovye друз'ya. –А-А, 1947, Zolotaya zvezda. – А-А. 1948, Frontovye ocherki. – А-А. 1949, Budni vojny –А-А, 1968, O друз'yah, tovarishchah – А-А, 1969. Groznye gody. – А-А. 1971 (Gabdullin M. My front friends. – 1947, Gold star. – 1948, Front sketches. – 1949, Everyday life of war –1968, About my friends and companions–1969. Terrible years. –1971. In Russian)
 Grigor'ev V.K., Ahmetova L.S. Pervye lica Kazakhstana v stalinskuyu ehposhu. – Almaty, 2010. – 232 s. (Grigoriev V.K., Akhmetova L. S. The top officials of Kazakhstan during a Stalin era. – Almaty, 2010. – 232 pages. In Russian).
 Grigor'ev V.K., Ahmetova L.S. YArostnyj 1941. Razmyshleniya istorikov. – Almaty, 2011. – 384 s. (Grigoriev V.K., Akhmetova L.S. Furious 1941. Reflections of historians. – Almaty, 2011. – 384 pages. In Russian).
 Grigor'ev V.K., Ahmetova L.S. Panfilovcy: 60 dnei podviga, stavshih legendoj. – Almaty, 2013. – 280 s. /1-214-235, 2-124-125/ (Grigoriev V.K., Akhmetova L. S. Panfilov's men: 60 days of a feat which have become a legend. – Almaty, 2013. – 280th page/1-214-235, 2-124-125/. In Russian).

- Zhurnal boevykh dejstvij 1 sb 1073 sp. – Pamyat' naroda. – <https://pamyat-naroda.ru/documents/view/?id=130858022> (Magazine of fighting 1 shooting regiment 1073 shooting rifle. – Memory of the people. – <https://pamyat-naroda.ru/documents/view/?id=130858022>. In Russian)
- Internet-poisk po zadannym temam – 15.01.2018. (Internet search in the set subjects – 15.01.2018. In Russian)
- Ioffe, David. «Volokolamskoe shosse» v Izraile (maj 2011). (Ioffe, David. «Volokolamsk road» in Israel, May 2011.)
- Nastol'naya kniga komandante CHe Gevary. – 1969. (Reference book of the comandante Che Guevara.-1969. In Russian)
- Nelles Toni. Zeittafel zur Militärgeschichte der Deutschen Demokratischen Republik, 1949 bis 1968; Deutscher Militärverlag (1969). OCLC 4984029. p. 204 (Nelles Toni. Zeittafel zur Militärgeschichte der Deutschen Demokratischen Republik, 1949 bis 1968; Deutscher Militärverlag (1969). OCLC 4984029. p. 204)
- Nishchuk N. Dorogoj bessmertiya. – Frunze. 1988 (Nishchuk N. Expensive immortality. – Frunze. 1988. In Russian)
- Slavnyj put' Panfilovskoj divizii. – Bishkek, 2015. (Nice way of the Panfilovsky division. – Bishkek, 2015. In Russian)
- Snegin D. Na dal'nih podstupah. – A-A, 1948, V nastuplenii. – A-A, 1953. (Snegin D. On distant approaches. – Almaty, 1948, In approach. – Almaty, 1953. In Russian)
- Trefilov A. U vorot Moskv. – A-A, 1982. (Trefilov A. At gate of Moscow. – Almaty, 1982. In Russian)
- Usenov A., Snegin D., Bulatov D. Panfilovcy. – A-A, 1985. (Usenov A., Snegin D., Damask steels D. Panfilov's men. – Almaty, 1985. In Russian)
- Froh Klaus. Chronik der NVA, der Grenztruppen und der Zivilverteidigung der DDR 1956-1990. Köster (2010). ISBN 9783895747458. p. 140 (Froh Klaus. Chronik der NVA, der Grenztruppen und der Zivilverteidigung der DDR 1956-1990. Köster (2010). ISBN 9783895747458. p. 140.)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 8 gv.sd (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation), fund 8 guards rifle division. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 8 gv.sd, op. 1, d.17, ll.1-14, d. 14, ll.30-ob, 31 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 8 guards rifle division, inventory 1, 8, pages 27-129. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 8 gv.sd, op. 1, d. 8, ll.27-129. (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 8 guards rifle division, inventory 1, 17, pages 1-14, 14, pages 30-31. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 8 gv.sd, op. 2, d. 5, ll.38 ob.-39, d. 14, ll.30-ob, 31 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 8 guards rifle division, inventory 2, 5, pages 38-39, 14, pages 30-31. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.19 gv. sp (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund.19 guards rifle division. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.19 gv. sp, op. 1, d.1, ll.1-26 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 19 guards rifle division, inventory 1, 1, pages 1-26. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 23 gv. sp (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division. In Russian).
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 23 gv.sp, op.2, d.10, ll.1-11, 30-32, 40-42, 45, 47, 80-83, 92-93, 97-97 ob., 113-116 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 1, 13, pages 64-70. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 23 gv. spop. 2, d. 1, ll. 1-23 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 2, 1, pages 1-23. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 23 gv. sp, op.2, d.6, ll.3-9 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 2, 2. Pages 24-25. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f. 23 gv. sp, op 2, d.2. ll.24 ob.-25 ob. (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 2, 6, pages 3-9. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.23 gv. sp, op.2, d. 13, ll. 332-335 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 2, 10, pages 1-11, 30-32, 40-42, 45, 47, 80-83, 92-93, 97-97, 113-116. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.23 gv. sp, op.1, d. 13, ll. 64-70 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 23 guards rifle division, inventory 2, 13, pages 332-335. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.1063. op.2. d.17, l.339 (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 1063, inventory 2, 17, l.339. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.60001 – Alma-Atinskoe strelkovo-pulemetnoe uchilishche– Alma-Atinskoe pekhotnoe uchilishche (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 60001 – The Almaty shooting and machine-gun school – the Almaty infantry school. In Russian)
- Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, f.60078 – Tashkentskoe voennoe pekhotnoe uchilishche imeni V.I. Lenina (Central archive of the Ministry of Defence of the Russian Federation, fund 60078 – Tashkent military infantry college of V.I. Lenin. In Russian)

Sultanbayeva G.S.¹, Lozhnikova O.P.², Kumarova M.K.³

¹Al-Farabi Kazakh National University, Kazhstan, Almaty, e-mail: sultanbaeva@gmail.com

²Al-Farabi Kazakh National University, Kazhstan, Almaty, e-mail: ol_loj@mail.ru

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

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AIMED AT INTELLECTUAL NATION FORMATION: FOREIGN EXPERIENCE AND NATIONAL MODEL

The article deals with information-communication technologies aimed at the formation of an intellectual nation. The values forming the intellectual nation and their scientific analysis were studied.

To rationally use the national potential and implement its idea, Kazakhstan should strive for an intellectual upsurge. The creation of an intellectual nation is one of the main components of this problem, which directly concerns modern young generation. To answer these questions, surveys were conducted in focus-groups. It was concluded that an intellectual nation is a nation that has complete and objective information about its genesis, culture, has certain spiritual values that fits well with the conditions of the contemporary picture of the world.

The intellectual nation should work for the benefit of its government. Such a nation is not only an intellect, but also a culture of society, the world outlook of its members and their relation to each other. To create an intellectual nation, first of all, it is necessary to make education accessible and to increase the role of the state language.

Social design and scientific expertise on humanitarian technologies aimed at strengthening trust and responsibility between citizens and the state in the process of forming new Kazakhstani patriotism were carried out. The authors attempt to examine the mechanisms of the work of information and communication technologies.

Recommendations offering technologies have been developed which facilitate the formation of an intellectual nation.

Key words: Information-communication technologies, intellectual nation, social design, scientific expertise.

Сұлтанбаева Г.С.¹, Ложникова О.П.², Кумарова М.К.³

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: sultanbaeva@gmail.com

²Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: ol_loj@mail.ru

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

Интеллектуалды ұлтты қалыптастыруға бағытталған ақпараттық және коммуникациялық технологиялар

Аталмыш мақалада интеллектуалды ұлтты қалыптастыруға бағытталған ақпараттық және коммуникациялық технологиялар туралы айтылды. Интеллектуалды ұлтты қалыптастыратын құндылықтар мен олардың ғылыми сараптамалық талдауы зерттелді.

Ұлттық әлеуетті ұтымды пайдаланып, оның идеясын жүзеге асыру үшін Қазақстан ең бірінші рухани байлыққа ұмтылуы тиіс. Интеллектуалды ұлт құру – осы проблеманың негізгі компоненттерінің бірі, ол қазіргі заманғы жастарға тікелей қатысты. Бұл сұрақтарға жауап беру үшін фокус-топтарда зерттеу жүргізілді. Зияткерлік ұлт – оның генезисі, мәдениеті туралы толық және объективті ақпарат беретін, әлемнің қазіргі заманғы шарттарына сай келетін белгілі бір рухани құндылықтарға ие ұлт деген қорытынды жасалды.

Интеллектуалды ұлт өз мемлекетінің пайдасына жұмыс істеуі керек. Мұндай ұлт – бұл интеллект ғана емес, сонымен қатар қоғамның мәдениеті, оның мүшелерінің дүниетанымы және

олардың өзара қарым-қатынасы. Интеллектуалды ұлт құру үшін, ең алдымен, білім алуды жеңілдету және мемлекеттік тілдің рөлін арттыру қажет.

Жаңа қазақстандық патриотизмді қалыптастыру үдерісінде азаматтар мен мемлекет арасындағы сенім мен жауапкершілікті нығайтуға бағытталған гуманитарлық технологиялар бойынша әлеуметтік жобалау және ғылыми сараптама жүргізілді. Авторлар ақпараттық-коммуникациялық технологиялар жұмысының механизмдерін зерттеуге тырысады.

Зияткерлік ұлт қалыптасуына ықпал ететін технологиялар туралы ұсыныстар айтылды.

Түйін сөздер: ақпараттық және коммуникациялық технологиялар, зияткерлік ұлт, әлеуметтік жобалау, ғылыми сараптама.

Султанбаева Г.С.¹, Ложникова О.П.², Кумарова М.К.³

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: sultanbaeva@gmail.com

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: ol_loj@mail.ru

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

Информационно-коммуникационные технологии, направленные на формирование интеллектуальной нации

В статье говорится об информационно-коммуникационных технологиях, направленных на формирование интеллектуальной нации. Исследованы ценности, формирующие интеллектуальную нацию и проведен их научный анализ.

Для рационального использования национального потенциала и осуществления его идеи, Казахстан должен стремиться к интеллектуальному подъему. Создание интеллектуальной нации – одна из основных составляющих этой проблемы, которая напрямую касается современной молодежи. Для ответов на данные вопросы проводились опросы в фокус-группах. Были сделаны выводы, что интеллектуальная нация – это нация, которая имеет полные и объективные сведения о своем генезисе, культуре, располагает определенными духовными ценностями, хорошо вписывается в условия современной картины мира.

Интеллектуальная нация должна работать на пользу для своего государства. Такая нация – это не только интеллект, но и культура общества, мировоззрение его членов и их отношение друг к другу. Для создания интеллектуальной нации, в первую очередь нужно сделать доступным образование и повысить роль государственного языка.

Проведены социальное проектирование и научная экспертиза по гуманитарным технологиям, направленным на укрепление доверия и ответственности между гражданами и государством в процессе формирования нового казахстанского патриотизма. Авторы делают попытку рассмотреть механизмы работы информационных и коммуникационных технологий.

Разработаны рекомендации, предлагающие технологии, способствующие формированию интеллектуальной нации.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, интеллектуальная нация, социальное проектирование, научная экспертиза.

1 Introduction

High technologies are a cutting edge of human thought, and the degree of responsibility of those who generates, develops, promotes, or borrows them is immeasurably high in terms of international integration (Фикенс Ж., 2000).

Communicative incompetence borders with professional ignorance in the age globalization. The pace of international communications is extremely high and it requires high efficiency of interaction, mobility as well as impeccable accuracy of information transmitted. Man-made disasters are the highest fee for incompetence in the XXI century.

Thus, the globalization phenomenon is beyond purely economic frameworks, in which it tends to be interpreted by many researchers of the subject and

which covers almost all spheres of public activity, including politics, ideology, culture, lifestyle as well as the very conditions of human existence.

The role of information technologies in the development of society is to accelerate processes of receipt, distribution and use of new knowledge by the society.

In the history of civilization development, there have been several information revolutions when major changes in the field of information processing have led to the transformation of social relations, acquisition of a new quality by human society.

The first revolution is associated with the invention of writing, which led to huge qualitative and quantitative jump in the development of society. From that time, we have had the opportunity to transfer knowledge from generation to generation.

The second revolution (mid XVI century) was caused by the invention of printing, which radically changed the industrial society, culture, organization of activities.

The third revolution (late XIX century) happened due to the invention of electricity, which caused the invention of telegraph, telephone, radio, allowing transmitting and storing information in any amount.

The fourth revolution (70s of XX century) is connected with the invention of microprocessor technology and personal computers. Computers, computer networks and data transmission systems are produced on microprocessors and integrated circuits.

In the same years, the analysis of scientific and technical progress tendencies and rapid development of new technologies in the U.S. has led to appearance of two ideologies – information society and post-industrialism. The idea of post-industrial society has been put forward by the American sociologist D. Bell in his book “The coming of post-industrial society. A venture of social forecasting” published in 1973, in which he divided the history of human society into three stages-agrarian, industrial and post-industrial. Developing Bell’s ideas, another American philosopher E. Toffler (the book “The Third Wave”, 1980) examines the history of human civilization in the form of successive waves.

Today, under information society we mean a society in which information is a key component of economic and social life.

Information society is a society in which most of working people are employed in production, storage, processing and realization of information, especially its highest form-knowledge.

Production of an information product rather than a material product is the driving force of the development of society. Information gained a status of a commodity and came up to other material resources in order of importance for the society. Thus, about 70% of the cost of information is in the cost price of a modern car.

A sector of creation of information technology means, information processing and information services is becoming a dominant sector of the economy. Gross sales volumes in various sectors of the economy can serve as confirmation.

Many authors, both scientists and practical people widely use the phrases “information technology”, “information and communication technologies”, “PR technologies” etc. However, the question on the essence of this concept on characteristics of communication technologies on criteria of technologizing

communicative processes remains open. The basic concepts presented below reflect the essence of this concept at the fullest extent possible (Астахова Т., Толкачева Е., 2006),(Даффи Д.,2006)

2 Methods and methodology

In constantly changing global market conditions, determining dynamic of social-economic and political processes, performance requirements of government activities, their ability to react quickly and make effective solutions to new challenges is increasing. In this regard, the need to improve the process of governance and development of information and technology support of government bodies’ activities is growing.

These issues were indicated in the President’s address to the people of Kazakhstan called “Kazakhstan-2050 strategy”. Thus, under the direction of “economic policy of a new course”, the need for modernization of the management system of public assets in order to increase efficiency was noted. To achieve this objective the strategy sets an objective to stimulate the development of sectors of future economy, which include ICT sector.

One of the main objectives of the ICT industry is to create a digital transport environment to support informatization processes, to develop modern telecommunication infrastructure and its integration with the infrastructure of other states. Therefore, development of transit potential in the field of information technologies and integration of national economy into the global environment also act as an important task and one of the priorities of infrastructure development indicated in the strategy.

In order to develop promising technological directions for transition to the next stage of industrialization the task of further development of Innovative Technologies Park as one of the leading innovative clusters of the country is set.

3 Research

Thus, the tasks, specified by the President in “Kazakhstan – 2050” strategy confirm the importance and role of ICT development in achieving long-term growth of the economy of our state.

As the experience of developed countries shows, (Human Capital in Transformation: Intellectual Capital Prototype Report, 1998) an important step in informatization society strategy, which distinguishes it from other countries, was that the state oriented not only for young generation, but also to every social group. Training and retraining programs were aimed at touching all social groups by informatization, allowing to increase the number of

workers who are acquainted with modern information technologies for a short period of time. In this regard, in order to ensure equitable development of computer literacy throughout the country it is necessary to develop training programs focused on all social groups. Relying on the experience of developed countries, which have reached considerable success in this issue, we want to offer to develop a procedure of organization of training centres and training Internet resources depending on the number of people and demand in these regions and to provide their implementation by local executive bodies in the sphere of informatization (Голубкин В.Н., Клеева Л.П., Патока Л.В., 2003). The last decades of the XX century were characterized by transfer to a new model of economic development for developed countries: from hard growth to smart growth on the basis of ICT, electronic equipment, resource-saving technology and new management systems that required a fundamental restructuring of an investment process and led to significant changes in the economic structure. Information economy is characterized by structural reorganization based on high-end and resource-saving technologies, modern technologies with high intellectual and information capacity. The basis of the information economy is knowledge-intensive industries producing products with high intellectual capacity. The information economy is characterized by increasing role of information services sector and related changes in the national economy. The information sector is the basis for gradual transformation of traditional forms of economy into the economic system of information type (Адамадзиев К.Р., Адамадзиева А.К., Магомедгаджиев Ш.М., Гаджиев Н.К., Омарова Э.Ш., 1987.). In the new economy the role of information capital, including technological, scientific, technical, socio-economic and spiritual information that is used to generate income increases. The basis of information capital is information technologies. Information factor modifies market mechanism of the economy: the methods of competition change, local, regional, national and international markets of information and telecommunication products and services operating under new principles are formed. The key sector the “new” economy is the sector of information and communication technologies, which ensures creation, transfer, and use and analytical processing of knowledge and information. Telecommunication infrastructure becomes the condition that determines the level of competitiveness of products and industry services. ICT sector has exceeded total volumes of oil and steel industry in the world. This is also confirmed by the growth statistics: if the “old” economy is grow-

ing by 1-3% per year, the tendency in the global IT industry for the recent years is 8-10% .(Дятлов С.А., 2004). In developed countries, most of the employees are involved in the production of information, information services and the provision of services, and less than 30% of the active population is accounted for by industry and agriculture. Under the influence of informatization labour productivity grows, new methods of competition appear and a change in economic structure occurs. As a rule, new industries have higher growth rates compared to conventional ones [43] (Коротков А.В. 2005).

A.K. Dzhilkibaeva, a senior finance expert of the Centre of Scientific Economic Expertise of “Economic Research Institute” JSC notes Джилкибаева А.К. ,1998) that in the past decade information and communication technologies (ICT) in the society take up stronger positions, entering not only everyday life of the population, but almost all spheres of economic and social sectors.

However, global experience shows that not all current approaches to the development of ICT sector have the same positive impact on the social and economic development of the country. In this context, solving the problem of selection and development of proper public policy to the development of ICT sector is of a particular interest (Беккер Г., 2000). As the experience of developed countries shows, (Османова А.М., 2012) an important step in informatization society strategy, which distinguishes it from other countries, was that the state oriented not only for young generation, but also to every social group. Training and retraining programs were aimed at touching all social groups by informatization, allowing to increase the number of workers who are acquainted with modern information technologies for a short period of time. In this regard, in order to ensure equitable development of computer literacy throughout the country it is necessary to develop training programs focused on all social groups. Relying on the experience of developed countries, which have reached considerable success in this issue, we want to offer to develop a procedure of organization of training centres and training Internet resources depending on the number of people and demand in these regions and to provide their implementation by local executive bodies in the sphere of informatization (Новая постиндустриальная волна на Западе, 2009).

These steps will undoubtedly bring Kazakhstan to creation of intellectual nation. Seysenbayeva Zh. A. studies the problems of intellectual nation in detail(Сейсенбаева Ж.А., 2012). She mentions the following as necessary things in formation of a per-

son's quality during the process of socialization:

To love the motherland, to be a citizen with an active life philosophy (necessary personality for the society).

To be a patriot (knowledge of national values and ability to keep them).

To be healthy (a versatile personality, which is necessary to be healthy).

Ability to analyze world events, to benefit from the decisions made and to apply them.

Ability to protect yourself and implement precautionary measures (respecting and obedience of laws).

Ability to implement your capacity and principles.

Ability to get satisfaction from the work performed, desire to realize the goals, and to have good mood.

The need to understand the meaning of life.

The need of creative development.

A student expedition first organized this year during the period from June 19 to July 02 within the framework of "People-to-people" campaign has conducted the researches in Mangystau, Kyzylorda and Semipalatinsk regions. Under this activity young scientist:

1) collected the necessary materials for "Semi-otic and symbolic source book of intellectual properties of Kazakhstan citizens";

2) studied humanitarian technologies on social projecting aimed at formation of intellectual society citizen;

3) studied public opinion of Kazakhstan citizens on the issues of "Kazakhstan after 2015", specified in the Millennium Development Goals of the UN.

Also during the expedition an information campaign called "A letter to the village", devoted to the problems of our villages and situation of villagers, has been held.

In addition, in order to identify opinion on the possibility to create intellectual nation among Kazakhstan young people a research in focus groups was conducted. Young people aged 18-20 from Kyzylorda, Atyrau and Almaty took part in them.

Many people in their responds noted that "Intellectual nation" project includes three components: innovative development of educational system, informational revolution and strengthening national and cultural values of young people. Their implementation will make Kazakhstan education and science competent.

There are required factors to create intellectual nation:

– first – transition to a new form of financing: basic, program-targeted and grant.

– second – establishment of national scientific councils on priority directions for making decisions on national projects financing.

– third – establishment of National Centre of State Scientific and Technical Expertise.

The main task of reforming education is to raise the system of education to the level of leading world samples.

Satisfaction, formation of spiritual needs and receiving education by every pupil or student considering his/her possibilities. The approach should be as follows: education for a person, but not a person for education. Only in this case we can improve the status and authority of education, educational system in the state and public life. These changes in their turn should serve as a warrantor of formation of intellectual nation.

Some of the focus group participants tried to highlight several problems in "Intellectual Nation" program. It was noted, that the emphasis should be laid on the development of critical and creative thinking of young people who are the future specialists. All the countries that have achieved rapid growth in their scientific potential, started with one and the same-with the preparation of appropriate personnel, and especially young scientists. Today, the role of teacher and professor is changing. The most valuable is a teacher who is able to develop student's talents and to get him interested in the subject. Here it is appropriate to recall the words of the President of the country that we need to create a core of national intelligence. We need intelligent people who are able to compete at the international level. Today it is impossible to prepare intellectual person without using traditions and innovations. The traditions of high human potential, achievement of quality learning and education results and providing all conditions for creative self-learners remain the same. This is an introduction to the development of research projects, participation in scientific society, development of creativity at academic competitions etc. Nowadays the main problem is that intellectual nation should become a real movement and a baseline for all institutions of society. If it happens within a particular level, which is critical to this process, it should be leader and expert community, which already has professional competence and knowledge. Here it is necessary to stimulate growth in the number of people with leadership skills as "Intellectual Nation" program develops. Higher education institutions need some leadership work, active involvement of trustees, patrons, use of new forms of student self-management, personnel policy and work with teachers.

In terms of innovation, development institutions were established and a task of creating and implementation of industrial and innovation development was first set in Kazakhstan. All this was quite a strong base for initiating “Intellectual Nation-2020” program by the President of our country. One of the most important ways of bringing the state program aimed at formation of intellectual nation to people is Mass Media. Usually it is television. Due to visually, presence effect and impact on emotional perception television has become one of the main allies of the state in the process of formation of intellectual nation. The Internet takes the second place. We cannot imagine modern processes of information transmission without the World Wide Web.

The answers of some of the focus group participants were very emotional. For example, we got the following answer when we asked to list the necessary factors to form intellectual capital of people of the Republic of Kazakhstan: first we should terminate to make any allowances to those people who are in relations with any authorised people, i.e. to eliminate employment of someone’s brothers, brothers’ wives or sisters of brothers’ wives and etc., to eliminate managers’ children to pass queues for concerts and etc. We need everyone to feel equally, to understand their significance only if they have deserved it and to see only themselves but no one else as builders of their destiny. People should not hope for their relations. In addition, the same with corruption. Devil takes the corruption! We should burn and destroy it! Everyone should feel equal. No one should be able to express his or her insolence. Secondly, when children reach 18 years old, we should separate them from their parents and give them a little room in a hostel in order to learn them to live independently. Schools and other educational institutions should be closed. Of course, it is necessary to provide everyone with available development opportunities. Together all these would be enough to correct the mentality and lay the foundation to improve our intelligence level as part of the total. Still the idea is very amorphous and hard to achieve.

The students listed the following when we asked them to name the factors that are the basis for formation of intellectual nation:

- environment where they grew up and live;
- people surrounding them;
- personal skills;
- pursuit of knowledge;
- education;
- heredity, brain building;

– understanding and interpretation of the information received;

– reading books and informative articles.

Many of the respondents pointed out that in order to form an intellectual nation we have to think about an intelligent government. The question that troubles everyone: “Will the Minister of Education of the Republic of Kazakhstan be able to pass UNT (Unified National Testing) and get full 125 marks? Every year they find incorrect questions in these tests because of which children lose marks. This is a great stress for a young person. Why do mistakes become a norm? Why do we have such a thing as “giving notice of appeal if an incorrect question has been found”? That is the Ministry is prepared in advance that there will be such mistakes and it makes people be ready. First course students are most concerned about this problem, as it is recent for them.

Many of the focus group participants believe to develop successfully Kazakhstan society needs competent, business, competitive, enterprising individuals, armed with quality knowledge. Their recommendations for the development and formation of intellectual nation relate primarily to education.

A highly developed informational type of society, which modern Kazakhstan strives to be, is characterized by the widespread introduction of new information and high technologies, development and growth of knowledge industry. Nowadays, education is a priority value; it also has practical significance in different countries. In the short term, the system of professional and technical education will face relatively new problems.

The first problem concerns development of social partnership in the sphere of professional and technical education and employment. It must unite the efforts of all subjects concerned in this area – authority of employers and young people themselves as recipients of professional education.

4 Conclusion and results

Based on the above we can make the following conclusions:

1. Today’s youth see people who received Kazakhstan education as a basis of future intellectual nation. It does not mean that education should be limited only to the country; it should be directed to its prosperity. The model of intellectual nation must include patriotic aspects – people have to know their native language and culture very well. Especially the focus groups conducted in the regions have shown these requirements very clearly. Young people

spared no time and efforts to study the spiritual values of their region in details.

2. The model of intellectual nation involves the integration in global scientific and education processes. That means an intellectual nation representative must not be isolated within one country. In order to create an intellectual potential we have to use the best foreign experience taking into account social, economic, cultural and crisis world situations. It is here where information and communication technologies (ICT) should work, covering all the spheres of economic and social sectors. The role of information, knowledge and technology, which are the key components of information society, must grow rapidly. The availability of a number of information services should be increased, which will have positive impact on the human capital development and will promote the growth of Kazakhstan's competitiveness.

3. The model of intellectual society must include the development of science and scientific-research institutions. Without the development of contemporary science and without our own scientific schools it is impossible to create an intellectual nation.

4. The model of intellectual nation implies continuing education starting from a kindergarden. The President of the Republic Nursultan Nazarbayev in his address clearly defined: "In order to become one of the world developed countries we need appropriate knowledge. Knowledge will make Kazakhstan one of the 50 developed world countries". "Balapan" program is focused on complete coverage of preschool children. It is planned to open 20 intellectual schools with enhanced studying of mathematics for talented children; these programs enable to lay the ground for the formation of intellectual nation. The programs mentioned above are the beginning of our country's innovation development.

We must continue to develop different types and models of education institutions, develop programs of author training courses, expand the range of education and developing technologies, establish contacts with foreign teachers etc.

New forms of education institutions must function in the Republic.

5. Undoubtedly, the intellectual nation can only consist of people who received proper education. All the focus group participants mentioned this fact. That means today's youth perceive education and breeding as inseparable factors of a personality. The necessary aspects of education should include the following:

- Personal skills.
- Pursuit of knowledge.
- Development of mental abilities.
- Rich inner world.
- Humanity.
- Understanding and comprehension of the information received.
- Reading books and educational materials of the mass media.

Education should start from a family. Therefore, we need to promote family values at the state level.

6. The necessary factors of the formation intellectual personality qualities may include the following:

- love for the native land;
- active life position;
- patriotism;
- knowledge of national values and the ability to preserve them;
- healthcare;
- the ability to analyze world events;
- benefit from the conclusions made;
- strict compliance with the legislation of the Republic of Kazakhstan;
- persist in one's opinion;
- the ability to get satisfaction from the work performed;
- desire to realize the goals;
- the need of creative development.

7. It is necessary to equalize the difference between urban and rural schools not only through provision of rural quota to enter the universities, but using information and communication technologies.

8. Informatization of education and introduction of ICT in education and breeding processes should become one of the priorities of the process of intellectual nation formation. The goal of ICT introduction is the global intensification of intellectual activity through the use of new information technologies: computer and telecommunication.

References

- Astahova T., Tolkacheva E. (2006) Chelovecheskij resurs i chelovecheskij kapital: raznica ponyatij ili podhodov upravleniya [Human resource and human capital: difference of concepts or approaches of management] // Upravlenie chelovecheskim potencialom., – N4. –S. 97-99

- Adamadziev K.R., Adamadzieva A.K., Magomedgadzhiev SH.M., Gadzhiev N.K., Omarova E.S.(1987) Setevaya ehkonomika. [Network economy] Uchebnoe posobie. – 216 s.
- Bekker G. (2000)Vozdejstvie investitsij v chelovecheskij kapital[Impact of investments in human capital] // <http://baguzin.ru/wp/?p=4752>
- Golubkin V.N., Kleeva L.P., Patoka L.V.(2008) Chto takoe kapital? [What is capital?] // http://www.oulink.ru/pub/business_obraz_1_18.htm
- Daffi D. (2004) Chelovecheskij kapital [Human capital] // www.publish.ru/cio/1072639/text/-170900/p2.html
- Dyatlov S.A.(2004) Osnovy informacionno-setevoj ehkonomiki[Bases of information and network economy]. SPb. Izd-vo SPbGUEHF. – 245 s.
- Korotkov A.V. (2005) «Kiberrusskie: stavka v \$ 40 mlrd.» [“Kieronska: the rate of \$ 40 billion.”]// Inform Kur'er Svyaz'... №3.–S. 18-21
- Dzhilkibaeva A.K. (1998) Rol' informacionnyh i kommunikacionnyh tekhnologij v respublike Kazahstan: tekushchee sostoyanie, problemy i puti sovershenstvovaniya[The Role of information and communication technologies in the Republic of Kazakhstan: current state, problems and ways of improving]//<http://www.group-global.org/publication/view/1998>
- Novaya postindustrial'naya volna na Zapade[New postindustrial wave in the West] (2009) // «Filosofiya tekhniki: istoriya i sovremennost'». Institut filosofii RAN. – 216 s.
- Sejsenbaeva ZH.A. (2012) Nauchnoe obosnovanie osnovnyh faktorov formirovaniya intellektual'noj natsii v usloviyah vysshej shkoly Respubliki Kazahstan[Scientific rationale for the main factors of formation of intellectual nation in terms of higher school of the Republic of Kazakhstan] // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya.– № 5.
- Osmanova A.M. (2012) Chelovecheskij i intellektual'nyj kapital: Sushchnost', Izmerenie [Human and intellectual capital: Essence, Measurement] // www.rae.ru/forum2012
- Fikens ZH. (2000)Chelovecheskij kapital: kak izmerit' i uvelichit' ego stoimost'. [Human capital: how to measure and increase its value] http://www.iteam.ru/publications/human/section_44/article_3000/
- Yazyk kapitala. [The language of the capital] (1998) Human Capital in Transformation: Intellectual Capital Prototype Report, Skandia // www.publish.ru

Mukanova G.¹, Moussinova A.², Mussinov A.³

¹Al-Faraby Kazakh National University, Faculty of Journalism,
Kazakhstan, Almaty, acting assistant professor,
e-mail: gulnar_mukanova@mail.ru

²Al-Faraby Kazakh National University, Faculty of Journalism,
Kazakhstan, Almaty, assistant professor,и
e-mail: asselm97@gmail.com

³Organization of Islamic Cooperation, Peace and Security Unit,
Jeddah, Saudi Arabia, Ambassador, Head of Peace and Security Unit,
e-mail: askar_mussinov@hotmail.com

TRENDS OF INTERNATIONAL STUDIES ON PREVENTION OF RELIGIOUS RADICALISM (RR) IN MEDIA

The authors summarized the current trends in international research on the prevention of religious radicalism and analyzed the effectiveness of measures to identify risk groups among media. The purpose of the article is to summarize the opinions of foreign independent experts, in particular, the UN and Organisation of Islamic Cooperation (OIC), on the ethno-regional specificity of religious radicalism. The practical importance of the research focuses on the problem of the behavior of journalists and the role of the mass media in spreading the ideas of terrorism and radicalism. The methodology of the study is based on generally accepted scientific principles. Applied nature of the study is indisputable. The results of the analysis will be useful for scientists, teachers of higher education, future journalists, philosophers, political scientists.

Key words: radicalism, religion, Kazakhstan, Central Asia, youth, prevention, media, shield, security, journalists.

Муканова Г.¹, Мусинова Ә.², Мусинов А.³

¹Доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: gulnar_mukanova@mail.ru

²Доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: asselm97@gmail.com

³Бейбітшілік және қауіпсіздік бойынша Ислам қарым-қатынасы ұйымы,
Джидда, Сауд Арабиясы, елші, бейбітшілік және қауіпсіздік тобының басшысы
e-mail: askar_mussinov@hotmail.com

Бұқаралық ақпарат құралдарында діни радикализмнің алдын алу бойынша халықаралық зерттеулердегі үрдістер

Авторлар діни радикализмнің алдын алу бойынша халықаралық зерттеулердегі қазіргі үрдістерді қорытындылады және БАҚ арасында тәуекел топтарын анықтау бойынша шаралардың тиімділігін талдады. Мақаланың мақсаты – діни радикализмнің этно-аймақтық ерекшелігіне қатысты шетелдік тәуелсіз сарапшылардың, әсіресе, БҰҰ мен ИЫҰ-ның пікірін жинақтау. Зерттеудің практикалық маңыздылығы журналистердің мінез-құлқына және лаңкестік пен радикализм идеяларын таратуда бұқаралық ақпарат құралдарының рөліне байланысты. Зерттеу әдістемесі жалпы қабылданған ғылыми принциптерге негізделген. Зерттеудің қолданбалы сипаты сөзсіз. Талдаудың нәтижелері ғалымдар, жоғары білім беру мұғалімдері, болашақ журналистер, философтар, саясаттанушылар үшін пайдалы болады.

Түйін сөздер: радикализм, дін, Қазақстан, Орталық Азия, жастар, алдын алу, бұқаралық ақпарат құралдары, қалқан, қауіпсіздік, журналистер.

Муканова Г.¹, Мусинова А.², Мусинов А.³

¹и.о. доцента, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, факультет журналистики, Казахстан, г. Алматы, e-mail: gulnar_mukanova@mail.ru

²доцент, и.о. Казахский национальный университет им. аль-Фараби, факультет журналистики, Казахстан, г. Алматы, e-mail: asselm97@gmail.com

³Организация подразделения исламского сотрудничества, мира и безопасности, Джидда, Саудовская Аравия, посол, глава Группы по вопросам мира и безопасности, e-mail: askar_mussinov@hotmail.com

Тренды международных исследований по профилактике религиозного радикализма в медиа

Авторами составлен научный обзор, обобщены современные тренды международных исследований по профилактике религиозного радикализма и проведен анализ эффективности мер по выявлению групп риска среди медиа. Цель статьи заключается в обобщении мнений зарубежных независимых экспертов, в частности, ООН и ОИС, по этнорегиональной специфике религиозного радикализма. Практическая значимость исследования фокусируется на проблеме поведения журналистов и роли масс-медиа в распространении идей терроризма и радикализма. Методология изучения опирается на общепринятые научные принципы. Прикладной характер исследования бесспорен. Результаты анализа окажутся полезными для ученых, преподавателей высшей школы, будущих журналистов, философов, политологов.

Ключевые слова: радикализм, религия, Казахстан, Центральная Азия, молодежь, профилактика, медиа, щит, безопасность, журналисты.

Trends of International Studies on prevention of Religious Radicalism (RR) in Media

Introduction. The theme of the article – the trends of world political science, mass media, cultural studies, in the course of the study, the basic supporting elements are developments on the history and culture of regions, studies of world religions and traditional beliefs, developments in the field of historical sociology and collective psychology and other fields of human knowledge, as well as information technologies. The combination of the signs of the RR and manifestations of youthful maximalism against the backdrop of a protracted world economic crisis, spontaneous mass migration, manifestations of ecological collapse and demographic imbalances demonstrate clearly the importance and necessity of the claimed study.

The implementation of the research will contribute to the expected impact of the results obtained on the development of social and human sciences and media technologies, and will have a specific social effect, in identifying and realizing the potential of the youth stratum.

There is no analogue to the proposed theme, which covers the field of preventive media content, as counteraction to destructive radical currents, in Kazakhstan. The project needs to be financed in view of the priority of social actions to confront global threats to human nature itself. To inform – the prerogative of the media community, to develop the cultural heritage of nations on the basis of universal values – is the task of the academic elite of countries.

There are no known substantive studies of diffusion and transboundary processes of the transfer of radical ideas to the youth environment of these countries, in the context of the proposed project. The scientific community at this phase of the rapid development of information and communication technologies is difficult to trace and analyze innovative methods of spreading radical ideas, sophisticated methods of influencing them on the fragile consciousness of the younger generation.

The Kazakh leadership repeatedly stressed the relevance of the topic of the fight against terrorism and the RR. For example, in 2018 for the first time Kazakhstan will become the chairman of the UN Security Council. During the month of Kazakhstan's chairmanship, it is necessary to have time to announce its agenda. The list of important issues included mass disarmament – what Nursultan Nazarbayev had said earlier from the rostrum of the UN itself, and, of course, the fight against terrorism, other issues. Increased acts of terrorism, explosions in major cities in Europe and the Middle East, mass casualties, frank statements on the Internet, the distribution of video clips of people's executions, kidnappings, destruction of cultural monuments (vandalism) are intended to intimidate the public. In our opinion, it is necessary to investigate who helps to create media content as a platform of radicals, who finances evil, what artifacts and ideologies, technologies are used by interested parties to escalate fear in order to subordinate and manipulate mass consciousness.

At present, humanity is worried about the

escalation of terrorism and religious radicalism. Not the last role in the process of actualization of the problem is played by the media. On the one hand, positive journalists are against acts of terrorism and call for peace. On the other hand, the evil forces also have access to the media, illegally open their blogs, training websites and recruit their agents through social networks and the Internet.

There are many cases when young inexperienced young men and even girls believe in written texts and consider themselves ready for “jihad” and go where their name is. Then they find themselves in military detachments as militants. Such credulity turns into a tragedy for the person, family, friends.

Materials and methods. The authors rely on the publications of foreign colleagues, expert recommendations of the United Nations, Organisation of Islamic Cooperation (OIC), on related scientific research, on theoretical approaches to the topic under study. As a methodological basis for conducting comparative studies, scientific reports of experts from the countries of the Commonwealth of Independent States (Russia, the Caucasus, Central Asia, etc.) are involved. Preliminary results were obtained during pilot field research: interviews with authoritative domestic experts, with student youth. In this case, the conversations were conducted on the theme: the impact of radical currents; attitude in society to wearing hijab; Critical discourse analysis of thematic publications in the media, regulatory legal norms, etc.

We studied new materials on the topic of prevention of the RR, the role of the media in escalating the ideas of terrorism. To a certain extent, among the mass of information materials on the Internet, we would single out those published under the aegis of the United Nations and OIC. These authoritative organizations can be classified as powerful sources of preventive techniques and materials. Lately, there have been published guidebooks, a kind of “road map” for media workers practicing journalists if they run the risk of encountering the topic of the RR and terrorism.

The research methodology includes: the principle of historicism, i. the correspondence of the current situation; synthesis and analysis – in application to press materials and Internet resources; comparative analysis – or comparative sections of publications in individual media, both print and audio-visual; induction and deduction – in the sense of generalization of private conclusions and monitoring of thematic articles of experts and journalists, etc. The theme of religious and other kinds of radicalism, separatism and extremism is

covered by journalists of the world and the region, due to the specificity of the profession, and therefore the authors of the article are in solidarity with foreign colleagues on the methodology and technology of conducting thematic journalistic investigations (J. Willman).

The research, which is designed to update one of the important aspects of the modernization of the public in Kazakhstan and Central Asian countries, will study the state of the media in the context of the RR. (the latter – as active users of social networks and targeted destructive effects). For this, scientific and research methods are applied, comparative, system analysis, anthropological, psychological, synergetic approach and so on.

The solution of research problems is the dialectical principles of cognition and modeling of problem situations. The problems of information reflection of the socio-cultural situation in Kazakhstan and Central Asian countries are viewed as a consequence of specific socio-historical conditions, in which the important role is played by multiple cross-cultural, ideological and geopolitical factors. (Mukanova G., 2015: 194)

For the purpose of objective analysis of problematic issues and development of experimental training courses for students of humanitarian faculties of universities and colleges, as well as practical recommendations for interested structures and departments, parents and teenagers, the following methods are involved: institutional, observation and testing, questionnaires,

To achieve these goals, it will be necessary to attract and process the materials of foreign and domestic mass media, thematic scientific publications, which necessitates the use of such methods as: conceptual analysis, analytical historiography, etc. The chosen methods and approaches are generally recognized and proved effective in today’s multicultural, polyconfessional community.

Working Idea. The internationalization of media, the actualization of the important humanitarian aspects of information, is the moment of truth for the media generation of the 21st century. Journalists, social scientists, analysts, ideologists, diplomats, top-managers are obligated to build their tactics and strategy of activity so that the results are as soon as possible and be favorable. Peace and creation, harmonization of international relations are quite possible with conscious activity of journalists specializing in acute social issues, including the problem of religious radicalism. In the study of the causes and forms of PP manifestation, it is necessary

to pay attention to historical information about the social and individual psychological causes of aggression on the platform of faith. The Nobel Peace Prize was not accidentally awarded to a writer from Turkey, now – Professor of Columbia University, Orhan Pamuk; his novel “My Name is Red” is just drawing historical traditions in the East, the canons of depicting and illustrating old books, as well as punishing those who tried to modernize and imitate European methods. (Pamuk O., 2002)

Review of the literature. At the moment, in the issues of the RR and counteraction to it, there are fundamental publications of Russian orientalists: S.I. Chudinov (Chudinov S.I., 2010) (Malashenko A. I., 2004), and others (Adding I.P., 2002). The authors pay serious attention to the problem of social resonance of the RR, but do not stress the role of the media in the context of the study.

A series of research results “Radical Islamist movements on the political map of the modern world”, published on the basis of the Russian Academy of Sciences, is devoted to the region of the North and South Caucasus in this plan. Such generalizations should, in our opinion, be made in Central Asia and Kazakhstan. This will provide effective assistance in the practice of journalists and the training of students. We are confident that subregional reports emphasize the relevance of the topic of prevention of RR and the need for international integration in comparative studies.

The issues of diplomatic practice in the fight against the RR in the space of Eurasia are set forth in the unique publications of veterans of the Foreign Ministry: E.M.Primakov (Primakov E., 2016), K.-Zh.K. Tokaev (Tokaev, 2003). The role of the diplomatic press in the prevention of RR has its own specifics: it is sufficiently closed and tends to state by default the problematic issues. Meanwhile, we believe that the diplomatic service of each state can be a valuable source of information for those journalists who are accredited and have authority in matters of coverage of the topic of the RR. (Posner, 2015)

The problems of geopolitical vectors around Central Asia, the state-national, economic and political development of the states of the region, including the influence of the Islamic Republic of Iran and information security, are considered in the theoretical works of domestic experts: A.Muminov (Muminov A., 1999), M.T. Laumulin (Laumulin M.T., 2009), etc. Unfortunately, for the role of the press in the context of the topic, they do not always pay due attention. Laumulin M.T. often uses social networks (facebook) to host thematic posts, which is interesting.

Among the researchers of the far abroad, in the context of the theme: modernization and Islam, the fundamental works of professors Bassam Tibi from Germany (Bassam Tibi, 2009), Michael Kemper from Netherlands (Kemper, Michael, 2005), A. Zhukovsky from Poland (Żukowski A. 2001: 30), S. Khazbievich from Poland too (Chazbijewicz, Selim, 2012: 180), etc.

Communication strategies for combating violent extremism through the media are partially described in the works of Keith Ferguson from Great Britain (Ferguson, K., 2016), Gabriel Weimann from Israel (Weimann, Gabriel, 2014), etc. Gabriel Weimann is a Full Professor of Communication at the Department of Communication at Haifa University, Israel. His research interests include the study of media effects, political campaigns, new media technologies and their social impact, persuasion and influence, media and public opinion, modern terrorism and the mass media.

So, in the book «Terrorism and the Media. A Handbook for Journalists», published in 2017 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, says: “It is important to remember that terrorism is not a new phenomenon. Many countries have suffered for decades from groups, both internal and external and including both State and non-State actors, wielding violence against civilians as political strategy. In many cases, the local population emerged stronger and more resilient, proving that brutality is no match in the long term for the progress of unity and shared values. In this context, the media are critical in providing verifiable information and informed opinion. During the tense environment of a crisis, with populations on edge and tempers flared, this becomes all the more important. The relationship between terrorism and media is complex and fraught. At its worst, it is a perverse symbiotic relationship – terrorist groups devising spectacles of violence to continue drawing the world’s attention, and the media incentivised to provide wall-to-wall coverage due to huge audience interest”. (Terrorism, 2017)

That is, in the opinion of UNESCO experts, there is a noticeable tendency – the mass media should take into account the consequences of their main mission: the mass media are responsible for providing verified information. During the global financial system crisis, this becomes all the more important. It is noteworthy that UN offices monitor the level of relations between terrorism and the media (Terrorism and the Media, 2012) That is, UN experts do not underestimate the degree of possible risks – in the symbiosis of the media and terrorist groups.

Discussion and results. It is also remarkable that in the modern world, Westerners often experience Islamophobia. Terrorism and radicalism quite often, from the media, are directly associated with one religion – Islam, which is fundamentally wrong. This trend causes dissatisfaction on the part of the heads of state, who proclaimed Islam as the state religion. UN experts, as preventive measures for Islamophobia, are encouraged to publish scientific research. (Muslim Identity, 2017) About this book and its task is said in the review: «How to understand Islam in the context of the internal struggle for unity and identity, the growth of anti-Muslim hate crimes and the continuation of media images of violence, extremism, war and oppression? Considering Islam as faith, a whole system with political dimensions and through the prism of Western media, this book explains the nature of true Islam and the true nature of Islam. Presenting new views on the often distorted religion, this book offers a platform for discussing the question of Islam in Western culture and political systems and the role that religious communities can play in the search for peace and reconciliation». It is noteworthy that the preface to the monograph was written by a well-known diplomat, a high representative of the UN Alliance of Civilizations H.E. Mr. Nassir Abdulaziz Al-Nasser (Kazinform, 2017), advocating the principle of “Unity in Diversity». Foreword to this book write by H.E. Mr. Nassir Abdulaziz Al-Nasser (Nassir, A., 2017)

How to understand Islam in the context of the internal struggle for unity and identity, the growth of anti-Muslim hate crimes and the continuation of media images of violence, extremism, war and oppression? Considering Islam as faith, a whole system with political dimensions and through the prism of Western media, this book clarifies the nature of true Islam and the true nature of Islam.

Presenting fresh views on the often distorted religion, this book offers a platform for discussing the question of Islam in Western culture and political systems and the role that religious communities can play in the search for peace and reconciliation.

How to resist this negative trend? The historical roots of religious radicalism in Central Asia were noted by Shokan Ualikhanov in his scientific works on Eastern Turkestan. The first Kazakh historian, ethnographer, geographer drew attention to the conflict between “white” and “black” hodji in Kashgariya. (Valikhanov Ch., 2015)

The well-known theologian Zainulla-ishan Rasulev, whose activity in the mid-19th century was concentrated in Troitsk (Southern Urals),

expressed his negative attitude towards supporters of Wahhabism and Salafism. (Rasulevskie chteniya, 2017) Wahhabism and Salafism, mainly within the Rossiyskoy Empire, penetrated into Central Asia, to the south of the Urals and the Volga region, from the Caucasus. (Silantyev, 2008).

Since then, media have made a breakthrough, they have become more mobile and dynamic. The speed of distribution on the Internet of messages reached the limits, which were difficult to imagine two centuries earlier. (Rohner, Bruno, 2007)

We are studying this social phenomenon, especially the role of media and journalists, because sometimes journalists themselves are over-inflating the topic of terrorism and radicalism. Meanwhile, the question requires a delicate approach; cases when feelings of believers were hurt, are known. The unethical behavior of journalists was the occasion for terrorist acts and victims in France. (Paris'teki, 2015)

Hence, the idea arose: analyzing the trends of the region's media space, developing an information alternative to media resources of a religious and propagandistic nature – a number of educational and cultural-cognitive communicative media platforms, in order to increase the media literacy of adolescents and young people in the context of an aggressive media environment formed by adherents of religious radicalism (RR).

The purpose is having studied the situation in the information space of Kazakhstan and Central Asia on the subject of systemic ideological confrontation, on the part of the post-Soviet states and societies through mass media and mass media, destructive radical propaganda and conducting a comparative analysis of current world trends in practical solution of the problem, initiate the creation of a spiritual counterweight religiously – propaganda media, in the form of educational and cultural-cognitive media platforms for young people who will become help future journalists in improving the skills of analyzing, evaluating and creating messages on religion in different genre forms.

To achieve this goal, modern world and regional trends in the confrontation of the RR will be studied by states and the public, scientists, field studies will be conducted, the information received will be analyzed and synthesized, events organized and a scientific and methodological educational complex developed. The Project will address specific tasks related to the processing of an array of information, requesting the opinions of experts and opinion leaders, visiting regions from risk groups, video and audio recordings and processing thematic

interviews, transferring information to electronic media, conducting mass sociological surveys and developing innovative educational-methodical and scientific-methodical manuals, practical recommendations:

- study the trends of foreign and domestic research on the prevention of RR in the youth environment and the degree of effectiveness of measures to identify risk groups, etc.;

- conduct sociological research in pilot and control groups of the target youth audience. Modeling and working out stereotypical situations of behavior of young people when communicating with the RR, determining the level of media literacy and awareness in matters of the RR;

- analyze the opinions of experts, the publication of opinion leaders about the stereotypical behavior of young people when communicating with the RR. Synthesize and systematize patterns of stereotyped behavior;

- conduct field research, rapid interviews to identify risk groups in Kazakhstan's youth environment. To compile a video library of surveys to develop critical thinking in relation to young people in the RR;

- on the basis of the TV and radio complex, record the interview cycle with the respondents of the target group;

- organize an online conference with domestic and foreign research laboratories and young scientists;

- explore the bibliography to identify the ethno-regional specifics of the problem;

- conduct a content analysis of domestic and foreign mass media on the objective of providing information on religious issues;

- develop the concept of a media shield in the field of education, science and culture to counteract the RR;

- summarize the data obtained in the format of an experimental online course for mass open online courses (MOOC);

- conduct in-depth point-based sociological research in experimental and control youth groups of Central Asian countries, etc.;

- organize a student video competition and develop an experimental blog “The right not to believe – the right to create” – an interactive interactive art-area for the target audience of the project as an alternative to propaganda of the RR;

- develop an innovative scientific and methodical complex “Youth and the RR: Media Shield of Kazakhstan and the Countries of Central Asia”.

The conclusion.

Within the framework of the plan outlined by the President of the Republic of Kazakhstan – the Leader of the Nation, N.A. Nazarbayev, in the program article “Looking into the Future: Modernizing Public Consciousness”, (Nazarbayev, 2017) the study will be conducted for the first time on the basis of a comparative analysis of current world trends and the media situation in Kazakhstan and the countries of Central Asia for counteraction to the RR, in order to update and deduce the methodology of education and education of young people for a new paradigm, in the context of spiritual modernization of citizens. There is no analogue of this idea within the declared region, under the new conditions of globalization. Meanwhile, the social demand for the development of a media shield against the RR is sharply felt among the parents and the pedagogical community, government agencies responsible for monitoring the social situation in the regional context.

Preliminary results were obtained during the pilot field research: interviews with authoritative domestic experts, with student youth, – for the impact of radical trends, attitudes towards the wearing of hijab, critical discourse analysis of thematic publications in the media, regulatory and legal norms and etc.

The importance of the research on a national and international scale is determined by the objectives and content of the State programs: “Information Kazakhstan 2020” (Information Kazakhstan, 2013) and “Digital Kazakhstan” (Digital Kazakhstan, 2017). As a result of the rapid development of the IT revolution, it is information that becomes the main resource of public administration. In scientific works the term information state becomes the worker. By the decree of the President of the Republic of Kazakhstan N.Nazarbayev on January 8, 2013, the State Program “Information Kazakhstan – 2020” was approved. The main tasks of the State Programs are to ensure the effectiveness of the public administration system, the availability of innovation and information and communication infrastructure, the creation of an information environment for the socio-economic and cultural development of the society, as well as the development of the national information space.

The cultural development of society is a complex and difficult to measure process, to which our community is exposed, after twenty-five years of sovereign development, survived the moral and economic shock, getting rid of the stereotypes imposed by Soviet thinking. The older and middle

generations often do not have time to effectively master new information technologies. At the same time, young people have speed and omnivorousness, due to age, and also access to, sometimes unlimited, any ethical norms, global media content, the handling of which requires caution and elementary knowledge.

Kazakhstan is objectively involved in the process of formation of the global information society. Infocommunication technologies, developing rapidly, are becoming important factors in the modernization of society. That is why the significance of the project on a national and international scale is unprecedented and certainly lies in the plane of developing practical recommendations for ensuring preventive measures of information security.

The focus of the research is concentrated primarily on young people, as the most receptive, due to age and psychological characteristics, social category. The impact on the personality of teenagers from destructive trends acquires a global pandemic character in regions with an unstable economy, especially during periods of economic crises and political cataclysms. To prevent destructive attacks of the RR is the task of the intellectual community.

The space of Central Eurasia (another name for the region of Kazakhstan and Central Asia) is subject to various kinds of extremist influences and traffic / migration / adherents, depending on the trends of agitation and inciting interethnic conflicts. (EBRD, 2017)

From the threat of the RR and its consequences (a clear example: IGIL and Myanmar) is not insured by any state. The weakening of the UN's influence over the past decades underscores the need to integrate the efforts of the progressive public, scholars and media professionals to understand the facts of spiritual violence and human rights violations and take effective measures to minimize the destructive impact of religious radicalism on young people.

The significance of the declared Project on an international scale is verified by the relevance and applied nature of the topic. Issues of ethics and law, freedom of speech and media coverage of issues of faith and those who accompany them are faced by workers in education, science, and media in many countries.

There are developments in the collegial solution of the above issues:

– The UN Action Plan on the Prevention of Violent Extremism contains more than 70 recommendations addressed to Member States and the United Nations system aimed at preventing the further spread of militant extremism (UN Plan, 2015);

– The Organization of Islamic Cooperation (OIC) – 2025 (Istanbul, April 14-15, 2016) sets out the priority areas for the organization's work in the areas of peace and security, the radicalization of extremism to terrorism, moderation, intercultural and interfaith harmony in combating poverty and food security (OIC, 2016);

Project participants realize that the socially conditioned task of the Humanities faculties of universities and colleges is to train professional cadres with information processing skills and are free to orient themselves in a polyconfessional environment, which are responsible for the preparation and dissemination of media materials on the topic of spirituality, religion, etc.

The scientific aspects of the research are dictated by the need to conduct field observations, collect the information sought through large-scale sociological surveys across regions, questionnaires and comparative analysis of the opinions of specialists, various social categories and opinion leaders. There is a certain social demand and interest on the part of: parents, educational institutions and government agencies in the results of research on the topic because of its relevance.

The research based on the results of the survey conducted in the form of field surveys and expeditions, specific recommendations and methods of working with a contingent of risk groups of the phenomenon under consideration will be developed, a training course will be developed in the distance education system and a thematic video film for state and public organizations will be shot, educational institutions of the Republic of Kazakhstan and the countries of CA. Also, the results of the study will be presented in scientific articles that will be published in international journals of the region under study, etc. (Mukanova, Mukanov, 2016)

Among the expected results of the research, within the framework of the President's article "Looking into the Future: Modernizing the Public Consciousness", the following scenarios are planned: the development of a documentary video film and online course in Kazakh, Russian and English for the MOOC – a modern educational trend that is actively developing in Kazakhstan. It is known that with a fairly good level of technology development, the demand for the development of specialized online courses and websites dedicated to explaining religious issues, exposing the true goals and objectives of the RR for teenagers and young people is still not satisfied in the region.

One of the authoritative international organizations – the OIC adheres to the principled

position in the fight against terrorism in all its forms and manifestations, committed by someone whatever and wherever. The OIC believes that violent extremism can not be solved only by security forces or military means, and that due attention, analysis and concrete action plans should take into account the multifaceted aspects of this phenomenon. The OIC documents state: "Extremism grows in the context of the economic, social and political situation. It is extremely important that the contexts that create favorable conditions for the spread of terrorism and violent extremism, such as historical injustice, occupation, deprivation, isolation, discrimination, marginalization, forced disintegration of institutions, are treated with equal force. Extremism thrives when human rights are violated. Extremism breeds violence, and violence turns into terrorism" (OIC, 2016) That is, it is important to take into account in the aggregate social causes that generate aggression and violence. These conclusions of the OIC experts are extremely useful, in order to avoid incorrect comments in the media and disinformation of the world community through the media.

The UN experts made a number of speeches and prepared video and slide-clips for journalists on the topic "Terrorism, radicalism and media". These and other methodological materials will assist in the practice of journalists. This experience is important to introduce international students in higher education. Any citizen can get acquainted with materials and navigate in conditions of information globalization and media security. This is the mission of the United Nations and OIC, which is very useful for media workers from young independent countries, such as Kazakhstan.

The conclusion

Thus, having found, systematizing and studying foreign publications on the topic of research (RR and ways of civilized opposition to it), the position of the UN, OIC and other authoritative international

alliances, it can be argued that humanity has recognized the danger of an escalation of RR and terrorism, constantly draws attention to this inevitability, this is a destructive phenomenon. The complex role of the media as a potential vehicle for the ideas of the RR and terrorism, as well as foreign and domestic experts and journalists, scientists, characterize in their public speeches and monographs.

Only in integrating the efforts of all the positive forces of the planet is the answer to the question: how to deal with negative manifestations. Media in this fight should be objective, check information, filter content, especially sparing the minds and feelings of young people. In plots on religious beliefs, we must take care of any faith and its canons as carefully as possible. It is important in teaching in higher education to teach future journalists, ideologists, and humanitarians respectful attitude to other cultures. Unity in diversity, the internationalization of domestic and regional media corporations is a high goal of the current stage of the globalization of media. All this must be taken into account in the process of teaching and training future journalists, political scientists, theologians, this is the conclusion of studies of foreign materials on the chosen topic.

In connection with the results of the study, we came to the need to justify the idea of creating a kind of media shield in order to counteract the destructive pressure of the RR, positive content, in other words – a media shield around the Central Asia region. The foundation of the media shield will be a rich cultural heritage of the peoples of the region and the world. In practice, this will result in the study and application of international legal acts on the topic, in the activation of the creative activity of radio and TV journalists in Central Asia and Kazakhstan, the creation of thematic video training materials, the system analysis of the problem, not limiting themselves to broadcasting special services to detain "terrorists" or lawsuits over them.

References

- Adding I.P. (2002) Islamic radicalism: socio-philosophical analysis. Otv. editor A.V. Malashenko. Rostov-on-Don: Publishing house SKNTS VS, 2002. 120 p.
- Bassam Tibi. (2009) Islamism and Islam. Yale University Press (May 22, 2012); Bassam Tibi. Islam's Predicament with Cultural Modernity. Religious Reform and Cultural Change Routledge, NY and London, 2009.
- Chazbijewicz, Selim.(2012) Dialog chrześcijański– muzułmański w Polsce w kontekście sytuacji dialogicznej w Rosji, na Białorusi i Ukrainie, [w:] Dialog chrześcijański– muzułmański. Klucz do wspólnej przyszłości, pod red. Magdaleny Lewickiej, Czesława Łapicza, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2012, s. 179– 187.
- Chudinov S.I. (2010) Suicide terrorism: problems of scientific and philosophical understanding (on the material of radical Islam): monograph. M: Flint: Science, 2010. 312 p.

- Digital Kazakhstan, 2017 – State program “Digital Kazakhstan”. The site of the National Information and Communication Holding “Zerde”. <https://zerde.gov.kz/activity/management-programs/digital-kazakhstan/>.
- EBRD (2017) – EBRD, Anti-Money Laundering and Countering the Financing of Terrorism statement, available at: <http://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395238656263&pagename=EBRD%2FContent%2FContentLayout>
- Ferguson, Kate. Countering violent extremism through media and communication strategies. A review of the evidence // University of East Anglia. <http://www.paccsresearch.org.uk/wp-content/uploads/2016/03/Countering-Violent-Extremism-Through-Media-and-Communication-Strategies-.pdf>.
- Information Kazakhstan, 2013 – State program “Information Kazakhstan 2020”. E-government website for citizens. http://egov.kz/cms/en/articles/gp_inf_kaz_2020.
- Kazinform, 2017 – http://www.inform.kz/ru/kaznu-unaoc-ink-memorandum-of-understanding_a3025416
- Kemper, Michael. (2005) Rechtspluralismus in der Islamischen Welt. Gewohnheitsrecht zwischen Staat und Gesellschaft, ed. Michael Kemper and Maurus Reinkowski, Berlin: De Gruyter (Studien zur Geschichte und Kultur des islamischen Orients, vol. 16), 2005, 378 pp.
- Laumulin M.T.(2009) Central Asia in foreign political science and world geopolitics. Volume V: Central Asia in the 21st Century – Almaty: KISI under the President of the Republic of Kazakhstan, 2009. – 440 p.
- Malashenko A.(2004) Islam, Politics, and the Security of Central Asia // Russian Politics and Law. 2004. P. 42. № 4. P. 6-20.
- Mukanova G.K. (2015) Discourse “Diplomacy and foreign policy in the media content of Kazakhstan” // Bulletin of the Al-Farabi KazNU. Journalism series. № 1 (37) 2015, p. 192-198.
- Mukanova, Mukanov (2016) – Mukanova G.K., Mukanov O.N. Struggle against terrorism and electronic media: state interests and ethics of Internet journalism // “Science and the life of Kazakhstan”, 2016. No. 1, p. 107 – 113.
- Muminov A.(1999) Traditional and modern religious theological schools in Central Asia // Central Asia and the Caucasus. № 5. 1999.
- Muslim Identity, 2017 – Mike Hardy and Fiyaz Mughal. Muslim Identity in a Turbulent Age: Islamic Extremism and Western Islamophobia. Jessica Kingsley Publishers, 2017. P. 272
- Nassir A., 2017 – https://www.amazon.com/Muslim-Identity-Turbulent-Age-Islamophobia/dp/1785921525/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1515073680&sr=1-1&refinements=p_27%3ANassir+Abdulaziz+Al-Nasser
- Nazarbayev, 2017 – N.A. Nazarbayev. “Bolashakka bagdar: ruhani jangyru – A look into the future: modernization of public consciousness” // http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya.
- OIC, 2016 – The OIC – 2025 program of action. Organization of Islamic Cooperation (OIC) // OIC / SUM-13/2016 / POA-Final. <http://www.oic-oci.org/docdown/?docID=16&refID=5>.
- Pamuk, Orhan (2002). My Name Is Red (Turkish: Benim Adım Kırmızı), translated into English by Erdağ Göknar in 2001, Vintage, 2002. P.432.
- Paris'teki, 2015 – Paris'teki Saldırıda Hz. Muhammed Karikatürlerini Çizen Karikaturist de Öldürüldü // <https://www.haberler.com/hz-muhammed-karikaturu-cizen-unlu-sanatci-da-6845216-haberi/>
- Pozner (2016) – Познер о терактах в Европе // <http://gordonua.com/news/worldnews/pozner-o-teraktah-v-evrope-lyudi-mogut-reshit-cto-pravitelstvo-ne-spravlyaetsya-so-svoimi-zadacham-ochen-boyus-cto-budet-krov-141145.html>
- Primakov E. (2016) Confidential: The Middle East on stage and behind the scenes. Moscow: Tsentrpoligraf, 2016;
- Rasulevskie chteniya, 2017 – <http://troick.su/htmlpages/Show/Rasulevskiechteniya>, 2017
- Rohner D., Bruno S. (2007) – Rohner, Dominic and Bruno S. Frey. 2007. “Blood and ink! The common-interest-game between terrorists and the media.” Public Choice, 133.
- Silantyev (2008) – Silantyev R.A. Islam in modern Russia. Encyclopedia. Moscow: Algorithm, 2008. 576 pp.
- Terrorism, 2017 – Terrorism and the Media: A Handbook for Journalists // <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002470/247074E.pdf>
- Terrorism and the Media, 2012 – Terrorism and the Media: A Dangerous Symbiosis, <http://www.e-ir.info/2012/07/22/terrorism-and-the-media-a-dangerous-symbiosis/>
- Tokaev K.-Z.K. (2003) Overcoming: diplomatic sketches of the Kazakh minister. Moscow: The World, 2003.
- UN Plan, 2015 – Action plan for the prevention of militant extremism. Report of the Secretary General of the United Nations // Seventieth session. December 25, 2015. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/456/24/PDF/N1545624.pdf?OpenElement>.
- Valikhanov Ch. (2015) – Валиханов Ч. Ч. В 15 томах. Собрание сочинений в восьми томах. – Алматы: Дайк-Пресс, 2015. Т. 6. – 568 p.
- Weimann, Gabriel (2014) New Terrorism and New Media. Washington, DC: Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars, 2014. // https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/STIP_140501_new_terrorism_F.pdf.
- Willman J. (2012). Journalistic Investigations: Modern Methods and Techniques. http://vk.com/topic-69044671_29804697.
- Żukowski A.(2001) Fundamentalizm islamski w RPA i Europie (Islamic fundamentalism in South Africa and Europe), in: Islam w Europie Wschodniej. Historia i perspektywy dialogu (Islam in Eastern Europe., History and perspectives of dialogue), eds. W. Nowak, J. Pawlik, Publisher Studio Poligrafii Komputerowej “SQL”, Olsztyn, p. 29-40.

МРНТИ 19.21.11

Негизбаева М.О.

к.ф.н., доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: marlannek@gmail.com

ВКЛЮЧЕННОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ И НОВЫХ МЕДИА В ПРОЦЕСС ДУХОВНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Сегодня отмечается снижение интереса новых и социальных медиа к вопросам идеологического воспитания и поддержки усилий государства в сферах социального и государственного строительства, а тем временем значительная часть казахстанской молодежи является постоянным зрителем или читателем именно новых медиа. Безусловно, конструктивным образом меняются формы и контент передачи информации.

Появляются новые жанры, «гражданская журналистика», «стриминговое» телевидение, журналистика дронов. Печально, если наши традиционные медиа, получая государственные деньги на пропаганду казахстанских ценностей, приоритетов, духовной модернизации, останутся в рамках старой, низко-результативной методики подачи информации. Тем временем, интернет-СМИ и новые медиа, включая социальные сети, обладая мощным потенциалом воздействия, останутся в стороне от данного процесса, не будут использовать свои возможности для организации диалога с молодежной аудиторией, для продвижения идей «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и др.

Опираясь на четкое понимание запросов рынка и технологических возможностей того или иного вида СМИ, необходимо приступать к определению концепции работы в области продвижения духовной модернизации социума через СМИ и СМК.

Ключевые слова: гражданская журналистика, новые медиа, духовная модернизация, медиа-воздействия.

Негізбаева М.О.

ф.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: marlannek@gmail.com

Әлеуметтік және жаңа БАҚ-тарды рухани жаңғырту үдерісіне қосу

Қазіргі таңда жаңа және әлеуметтік медиалардың идеологиялық тәрбиелеу мен мемлекеттік және әлеуметтік құрылыс салаларына мемлекеттің жіберген күш-жігерін қолдау азайғаны байқалады. Қазақстандық жастардың басым көпшілігі жаңа медиалардың оқырманы немесе көрермені екені айдан анық. Ақпаратты жеткізудің пішіні мен контенті ауысып тұрады.

Жаңа жанрлар, «азаматтық журналистика», «стримингі» телевизия, дрондар журналистикасы пайда болады. Дәстүрлі медиалар қазақы құндылықтар, рухани жаңғыртуды насихаттау үшін мемлекеттің ақшасын ала отырып, төменгі деңгейдегі ақпараттың көзі болса, өкінішті. Ғаламторлық БАҚ-тар мен жаңа медиалар, әлеуметтік желілер әсер етудің үлкен потенциалына ие бола отырып, бұл үрдістен шет қалады. Олар жастармен «Мәңгілік ел», қоғамды рухани жаңғырту, «Туған жер» идеялары хақында жастармен диалогқа түспейді.

Нарықтың сұраныстары мен БАҚ түрлерінің технологиялық мүмкіндіктеріне сүйене отырып, БАҚ арқылы қоғамды рухани жаңғыртудың концепциясына кіріскен жөн.

Түйін сөздер: азаматтық журналистика, жаңа медиа, рухани жаңғырту, бұқаралық ақпарат құралдар.

Negizbayeva M.O.

Candidate of Philology, Associate Professor, al-Farabi Kazak National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: marlannek@gmail.com

Involvement of social and new media in the process of spiritual modernization

Today, there is a decline in the interest of new and social media to issues of ideological education and support of the state's efforts in the spheres of social and state construction. Meanwhile, a significant part of Kazakhstan's youth is a constant spectator or reader of new media. There is no doubts that the forms and content of information transfer are changing in a constructive way.

There are new genres, "civil journalism", "streaming" television, journalism of drones. It will be unfortunate, if our traditional media that receive state money for the propaganda of Kazakhstan's values, priorities, spiritual modernization, remain within the old, low-impact method of presenting information. At the same time, the Internet media and new media, including social networks, possessing a powerful impact potential will remain aloof from this process; will not use their opportunities to organize a dialogue with the youth audience; will not promote ideas of the "Mangilik El," the spiritual modernization of the public consciousness and "Tugan zher" and others.

Based on a clear understanding of market demands and technological capabilities of a particular type of media, it is necessary to proceed with the definition of the concept of work in the field of promoting spiritual modernization of the society through media and communication channels.

Key words: civil journalism, new media, spiritual modernization, media impact.

Современные технологические прорывы приведут к фундаментальным преобразованиям. Программный документ «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» является конкретным путеводителем для казахстанцев в новом стремительно прогрессирующем мире. Ключевые направления промышленной революции – искусственный интеллект, роботизация, трехмерная печать, нанотехнология, биотехнология, нефтехимия и т.д. – требуют, безусловно, соответствующей подготовки. Это возможно при реализации целого ряда факторов, важнейшим из которых является модернизация сознания молодежи. В этой связи от отечественных медиа ждут реальных шагов и действий.

«Интернет-продукт своего времени. Если информационная технология – это нынешний эквивалент электричества в эпоху индустриализации, то современный Интернет можно было бы уподобить энергетической системе и электродвигателю, потому что он способен поставлять «информационную энергию» для любых сфер человеческой деятельности», – считает испанский социолог Мануэль К. (Мануэль К., 2004).

Для определения действенных механизмов позитивного и корректного воздействия новых и традиционных СМИ на мировоззренческие, когнитивные, ментальные и поведенческие установки казахстанского социума, необходимо сегментировать аудиторию по ряду признаков: возраст, образование, уровень религиозности, технологические навыки, политические пристрастия; уровень жизни и др. Это позволит получить

адекватные характеристики и признаки целевых аудиторных групп, так или иначе потребляющих информационный продукт в Казахстане.

«Благодаря развитию технологий и интернету для нас открылось множество новых возможностей коммуникации»? – считает британский автор Пол МакГи (МакГи П., 2014).

Необходимо также сегментировать отечественную медиасферу по уровням, традиционные СМИ изучить по трем показателям: отношение к новостям; наличие онлайн-версии; интерактивность. Это позволит выявить системные ошибки и причины снижения интереса к традиционным СМИ со стороны молодежи.

«Если массы будут лучше проинформированы о том, как на самом деле устроена их жизнь, они будут более восприимчивы к разумным предложениям, отвечающим их собственным интересам», – считает австро-американский «пионер» в области связей с общественностью и пропаганды Бернейс Э. (Бернейс Э., 2010).

Новые СМИ следует изучить по следующим направлениям: качество информации и фактчекинг; технологии и этика; уровень доверия и др. Все это позволит определить взаимосвязь популярности канала информации и технологии его реализации. Затем выявить зависимость аудиторных предпочтений от качественного воплощения или предоставления информационной картинки или текста. Определение системных факторов медиавоздействия текстов на аудиторию, ее приоритетов и ценностей позволит выявить механизмы внедрения духовных компонентов в общественное сознание через сис-

тему образования и масс-медиа. Целесообразно изучение контента и концепции духовной модернизации казахстанского социума, основных характеристик и ожидаемых результатов. Также необходимо изучить концептуальные процессы и контент духовной модернизации казахстанского социума, основные характеристики и ожидаемые результаты.

Сегодня отмечается снижение интереса новых и социальных медиа к вопросам идеологического воспитания и поддержки усилий государства в сферах социального и государственного строительства, а тем временем значительная часть казахстанской молодежи является постоянным зрителем или читателем именно новых медиа.

Современное состояние казахстанского социума характеризуется крайней сегментацией информационных пристрастий аудиторий: старшее поколение продолжает смотреть ТВ и читать газеты, подростки и молодежь предпочитают получать информацию через интернет, социальные сети и группы в контакте. Эксперты отмечают, что сегодня мы находимся в мире иллюзий, продолжаем выпускать газеты и журналы, которые не будут читать наши дети. Сознание молодежи формируют не только традиционные СМИ, но и блогеры, количество подписчиков которых обгоняет тиражи популярных изданий. Приходится признать, что новые медиа, социальные сети и интернет сегодня формируют сознание юных казахстанцев. Более того, эксперты говорят о появлении новой реальности – виртуальной. Происходит четвертый этап технологической революции, слияние онлайн- и офлайн-сфер, появление кибер-физического мира. Наступает эра всеобщей подключенности к интернету, стремительно распространяются сенсорные устройства. Каждая минута в новом интернет-мире – это миллионы электронных писем, сообщений WhatsApp, просмотров видео и поисковых запросов.

Как отметил Н. Назарбаев в статье «Планы нации – Путь к казахстанской мечте»: «Мы учимся быть рачительными хозяевами своей земли и ее недр, овладеваем новыми технологиями, вводим в строй невиданные в нашей истории производственные мощности и целые отрасли экономики... В целом важнейший аспект новой социальной политики связан с последовательным ростом инвестиций в развитие человеческого потенциала» (Назарбаев Н.А., 2016).

Безусловно, конструктивным образом меняются формы и контент передачи информа-

ции. Второе десятилетие XXI века отмечено глобализацией коммуникативистики, новыми технологическими вызовами и цифровой трансформацией медиасферы. Появляются новые жанры, «гражданская журналистика», «стриминговое» телевидение, журналистика дрон. Все это – результат технологической модернизации, которая активно приходит в СМИ. Печально, если наши традиционные медиа, получая государственные деньги на пропаганду казахстанских ценностей, приоритетов, духовной модернизации, останутся в рамках старой, низкорезультативной методики подачи информации. Тем временем, интернет-СМИ и новые медиа, включая социальные сети, обладая мощным потенциалом воздействия, останутся в стороне от данного процесса, не будут использовать свои возможности для организации диалога с молодежной аудиторией, для продвижения идей «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и др.

Более того, игнорирование факторов высокой популярности социальных сетей и интернета у молодежи, а значит и широких возможностей воздействия на нее, может привести к опасным последствиям, среди которых: потеря контакта с юной аудиторией, оторванность молодежи от реальной действительности и приоритетов старших; благоприятная почва для экстремистских и чужеродных агрессивных воздействий на умы молодых казахстанцев.

Не случайно, оценивая принятие XXIV сессией Ассамблеи народа Казахстана Патриотического акта «Мәңгілік Ел», Президент Казахстана Н.А. Назарбаев назвал его «базовым форматом духовных ценностей казахстанского народа. В нем связаны воедино вопросы экономики, политики, морали, веры, нашего видения в глобальном мире. В Патриотическом акте мы на века закрепляем: во-первых, главные общенациональные ценности, созданные нашим народом; во-вторых, ментальную сердцевину взаимной нашей ответственности государства, общества, граждан за судьбу развития и процветания Казахстана» (Патриотический акт «Мәңгілік Ел» принят на XXIV сессии АНК, 2016).

Очень важно, чтобы стремления государства по объединению народа вокруг базовых духовных ценностей, усилия по выведению республики в число 30 развитых государств и реформы, проводимые в этой связи в экономическом и социальном секторах, были услышаны и поняты всеми членами общества.

Эксперты называют современное состояние медиасферы эпохой тотального информационного шума, а также эпохой постправды. Мы все наблюдаем в информационной среде засилье фейков, фальсификации данных, манипуляции статистическими данными и т.д. Необходимо научиться выставлять заслоны столь опасному воздействию. Российский исследователь И.М. Дзялошинский в книге «Манипулятивные технологии в СМИ» пишет: «В настоящее время под манипулированием обычно понимают систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» (Дзялошинский И.М., 2012).

К тем же выводам приходит исследователь Г. Почепцов в книге «Информационные войны» (Почепцов Г., 2001). В частности, он считает, что особое доверие к написанному слову, низкий уровень критического мышления делают молодежь легкой целью для манипуляторов.

Американские ученые Зимбардо Ф., Ляйппе М. в книге «Социальное влияние» выявили ряд практических методик воздействия на психику индивида через средства массовой информации (Зимбардо Ф., Ляйппе М., 2011). Казахстанский ученый, Директор Исследовательского института «Общественное мнение» (г. Астана) Б. Ракишева в исследовании «Интеграционные ориентиры молодежи Центральной Азии (результаты социологического исследования)» отмечает, что «Молодежь Центральной Азии сегодня – это та молодежь, которая имеет разные идеалы, разные ценности, разную идеологию, разные идентичности. Одновременно в целом она имеет общие пласты, в том числе культурные и гуманитарные, на которых мы можем выстраивать интеграцию. Необходимо учитывать и то, что сегодня молодежь состоит из двух больших групп: молодежь, которая была рождена в период Советского Союза, и молодежь, которая была рождена в годы независимости. Структура идентичностей и ценностные ориентации отличаются...» (Ракишева Б., 2017).

Авторы монографии «Современные политические технологии: тенденции и тренды» А.С. Жолдыбалина, А.Г. Урпекова также признают, что «социальные сети на сегодняшний день являются одними из самых посещаемых ресурсов в Интернете. По данным исследовательской компании comScore, их используют около 85% от всех Интернет-пользователей мира. Анализ информации в социальных сетях представляет одно из наиболее интересных

направлений. Во-первых, микроблог сам по себе является богатым источником информации общественного свойства. Во-вторых, в социальных сетях информация носит открытый и ясный характер и хорошо документируется. В-третьих, для многих исследователей данные социальных сетей интересны еще и потому, что появление сообщений в микроблоге происходит в режиме реального времени. Мнения в социальных сетях представляют самые разные слои общества, отражая позиции граждан» (Жолдыбалина А.С., Урпекова А.Г., 2016).

Обзор сложившейся на сегодняшний день идеологической картины мира, эффективных коммуникаций дается в книгах зарубежных авторов: французского профессора Геген Н. «Психология манипуляции и подчинения» (Геген Н., 2005) и Шварцмантель Дж. «Идеология и политика» (Шварцмантель Дж., 2009).

Выводы и рекомендации ученых дальнего, ближнего, а также отечественного сектора подчеркивают значимость проекта в национальном и международном масштабах. В текущем году Казахстан будет активно вовлечен в региональные и международные процессы. В 2017 году Казахстан на двухлетний период стал непостоянным членом Совета Безопасности ООН, что позволит актуализировать региональную повестку на глобальном уровне. Вместе с этим, Казахстан уже зарекомендовал себя качественной площадкой важных международных событий, таких как проведение Универсиады – 2017, ЭКСПО – 2017, саммита ШОС, и в октябре инициатива СВМДА отметит 25-летие. Астана подтверждает свое реноме одной из политических столиц. Продолжится строительство 4 ветки газопровода «Центральная Азия – Китай», которая проходит по маршруту Туркменистан-Узбекистан-Таджикистан-Кыргызстан-Китай, становясь «азиатской Женевой», платформой, где проходят значимые для международной безопасности встречи и переговоры.

Все это говорит о приоритетной включенности отечественных СМИ в процессы внутриполитической и гуманитарной сферы социального строительства. Опираясь на четкое понимание запросов рынка и технологических возможностей того или иного вида СМИ, необходимо приступать к определению концепции работы в области продвижения духовной модернизации социума через СМИ и СМК.

Для научных и технологических нужд необходимо сформировать новую стратегию включенности социальных и новых медиа в процесс

духовной модернизации, использование потенциала казнета для привлечения молодежи к продвижению нового казахстанского патриотизма. Умение использовать потенциал новых СМИ позволит охватить молодежную аудиторию и на новом уровне продвигать идеи «Мәңгілік ел», духовной модернизации общественного сознания, «Туған жер» и другие среди подрастающего поколения казахстанцев.

Таким образом, можно аккумулировать весь накопленный опыт работы с молодежью через СМК и использовать его на более высоком профессиональном уровне, включая новейшие технологии формирования нужного контента, воздействовать на мировоззрение и умонастроения молодых казахстанцев через понятные и выбранные ими контент и технологии.

Литература

- Бернейс Э. Пропаганда. – Изд.: Hippo Publishing LTD. с. 41.
 Геген Н. Психология манипуляции и подчинения. – Питер, 2004. – 204 с.
 Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: НИУ ВШЭ. – 2012. – С. 47.
 Жолдыбалына А.С., Урпекова А.Г. Современные политические технологии: тенденции и тренды. Астана, – 2016. – С. 52.
 Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб: St. Petersburg, 2011. – 488 с.
 МакГи П. Мастерство общения. – Изд.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – С.6.
 Мануэль К. Галактика: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Изд.: У-Фактория. – 2004. – С. 8.
 Назарбаев Н.А. «План нации – путь к казахстанской мечте. 2016. [Эл.ресурс: http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-plan-nacii-put-k-kazahstanskoi-mechte].
 Патриотический акт «Мәңгілік Ел» принят на XXIV сессии АНК. 2016. [Эл. ресурс: [inform.kz](http://www.inform.kz) http://www.inform.kz/ru/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109].
 Почепцов Г. Информационные войны. – М.: Рельф-Бук, 2001. – 576 с.
 Ракишева Б. Интеграционные ориентиры молодежи Центральной Азии (результаты социологического исследования), Астана, 2017. [Электронный ресурс <http://kisi.kz/uploads/33/files/k3seVqq7.pdf>].
 Шварцмантель Дж. Идеология и политика. Гуманитарный центр. – 2009. – 312 с.

References

- Bernays E. Propaganda [Propaganda]. Hippo Publishing LTD. – 2010. – S.41
 Gegen N. Psihologia manipulatsii i podchinenia [The Psychology of Manipulation and Subordination]. Piter, – 2005. – 204 s.
 Dzialoshynskii I.M. Kommunikativnoe vozdeystvie: misheny, strategii, tekhnologii [Communicative impact: targets, strategies, technologies]. – М.: NIU VSHE. – 2012. – S. 47.
 Zholdybalina A.S. Urpekova A.G. Sovremennye politicheskie tehnologii [Modern political technologies: trends and trends]. Astana, 2016. S. 52.
 Zimbardo F., Lyayppe M. Sotsialnoe vlianie [Social influence]. St. Petersburg. – 2011. – 488 s.
 McGee P. Masterstvo obshenia [Mastery of communication]. Mann, Ivanov, Ferber. – 2014. – S. 6.
 Manuel C. Galaktika: Razmishlenia ob Internetе, biznese i obshestve [Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society] U-Faktoria. – 2004. – S. 8.
 Nazarbaev N.A. Plan nasii – put k kazakhstanskoy mechte [Plan of the nation – the way to the Kazakhstan dream]. 2016. [Elektronnyi resurs: http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-plan-nacii-put-k-kazahstanskoi-mechte].
 Patrioticheskii akt «Mangylyk El» priniat na XXIV sessii ANK [Patriotic act «Mogilik El» was adopted at the XXIV session of the APK]. 2016. [Elektronnyi resurs: [inform.kz](http://www.inform.kz) http://www.inform.kz/ru/patrioticheskiy-akt-mangilik-el-prinyat-na-xxiv-sessii-ank-foto_a2897109].
 Pochepsov G. Informatsionnye voyny [Information wars]. Refl-Buk. – 2001. – 576 s.
 Rakisheva B. Integratsionnye orientiry molodezhy Sentralnoy Azii (resultaty sosiologicheskogo issledovaniya) [Integration guidelines for youth in Central Asia (the results of a sociological survey)]. Astana. 2017. [Elektronnyi resurs <http://kisi.kz/uploads/33/files/k3seVqq7.pdf>].
 Shwartzmantel Dj. Ideology and politics [Ideology and politics]. Gumanitarnii tsentr. – 2009. – 312 s.

Құрманбаева А.¹, Нұрманова М.², Оспанова Б.³

¹филология ғылымдарының кандидаты, доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru,

²оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: nurmarzhan111@gmail.com

³магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: sunsoul2016@gmail.com

**УНИВЕРСИТЕТТИҢ ИМИДЖІНЕ ЫҚПАЛ ЕТЕТІН НЕГІЗГІ ШАРТТАР
(ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗҰУ МЫСАЛЫНДА)**

Мақалада жоғары оқу орнының имидждік саясаты, оны насихаттауға қолданылатын әдіс-тәсілдер, технологиялар ғылыми тұрғыдан талданады. Жоғары оқу орнының имидждік технологиялар және қоғаммен байланыс қызметінің имидждік саясат жөніндегі басты бағыттары атап көрсетіледі, қазіргі заманғы телекоммуникация құралдарының маңызына назар аударуды пайдалана отырып, ақпараттық коммуникациялар жүйесін дамыту; жоғары оқу орнының тартымдылығын анықтау мақсатында жыл сайын жұртшылық пікірін зерттеу, имиджелогиялық концепцияны соның нәтижелеріне негіздеп отырып жасау қажеттігі ескертіледі. Имидждік саясат жоғары оқу орнының басқару қызметіндегі маңызды құралдардың бірі екендігі белгілі. Қазіргі кезде әлемдегі, соның ішінде Қазақстандағы жоғары оқу орнының имиджін қалыптастыруда онда жүргізіліп жатқан ғылыми-зерттеу жұмыстарының өнімділігі, оның қызметтеріне деген өнеркәсіптің сұранысы басты рөлге ие болып отыр. Бұл аспект имидждің құрамдас бөліктеріне негіз болады. Осы жайттарды ескере отырып, автор осы мақалада жоғары оқу орындарының негізден имидждік саясатқа ерекше мән беретінін негіздейді, абитуриенттердің оқу орнын таңдауына ықпал ететін факторларды атап көрсетеді, әлемдегі ең беделді университеттердің имиджелогиялық концепциясынан мысалдар келтіре отырып, Орталық Азиядағы үздік университет – әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың осы бағыттағы қызметімен салыстырады.

Мақаладағы ойды қорытуда қазіргі өмірде кеңінен танымал болып отырған мамандықтардың ықпалына негізделеді.

Түйін сөздер: жоғары мектеп, имидж, имидждік саясат, PR-шаралар, ЖОО рейтингі, референттік топтар, рейтинг факторы.

Kurmanbaeva A.¹, Nurmanova M.², Ospanova B.³

¹Candidate of Philology, docent, Kazakh National University named after al-Farabi,
Kazhstan, Almata city, e-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru,

²teacher, Kazakh National University named after al-Farabi,
Kazhstan, Almata city, e-mail: nurmarzhan111@gmail.com

³master, Kazakh National University named after al-Farabi,
Kazhstan, Almata city, e-mail: sunsoul2016@gmail.com

**Basic conditions affecting the image of the university
(On the example of KazNU named after Al-Farabi)**

The article analyzes the political image, methods and technologies of higher educational institutions. University's educational technology and public relations activities focus on key areas of image policy, which focuses on the importance of modern telecommunications tools that use the development of information and communication systems; To determine the attractiveness of the university, it is necessary to annually attract public opinion and form an image based on its results.

It is well known that the image policy is one of the most important tools for university management. Currently, the important role is played by the role of industry in developing the image of the university in the world, including in Kazakhstan, and the demand of the industry for its services. This aspect is the

basis for the components of the image. Taking into account these facts, the author claims why the university emphasizes the image policy, emphasizes the factors influencing the choice of students in the field of education, the best university in Central Asia – KazNU. Al-Farabi, which gives examples of the image of the most authoritative universities in the world. compared with its activities in this field.

It is based on the influence of professions, widely known in modern life, as the idea of the article.

Key words: higher school, image, image policy, PR events, university ratings, reference groups, rating factor.

Курманбаева А.¹, Нурманова М.², Оспанова Б.³

¹кандидат филологических наук, доцент,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: alma_kurmanbaeva@mail.ru,

²преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы,
e-mail: nurmarzhan111@gmail.com

³магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: sunsoul2016@gmail.com

Основные требования, влияющие на имидж университета (на примере КазНУ имени аль-Фараби)

В статье анализируются политический имидж высшего учебного заведения, используемые методы, технологии агитации с научной точки зрения. Подчеркиваются основные направления имиджевой политики, университетских технологий и услуг по связям с общественностью, в которых основное внимание уделяется важности современных телекоммуникационных инструментов, использующих развитие информационной системы для повышения авторитета и привлекательности университета. Формирование общественного мнения, положительного образа вуза – основные задачи имиджевой политики. Хорошо известно, что политический имидж является одним из важнейших инструментов управления университетом. В настоящее время ключевую роль играет промышленность в развитии имиджа университета в современном мире, в том числе в Казахстане, и спрос отрасли на ее услуги. Этот аспект является основой для компонентов имиджа. КазНУ им. аль-Фараби как лучший вуз в Центральной Азии использует имиджевый опыт самых авторитетных университетов мира.

Авторы исследования на основании проведенного анализа объясняют, почему университет делает акцент на политическом имидже; подчеркивают факторы, влияющие на выбор студентов в области обучения.

Ключевые слова: высшая школа, имидж, политический имидж, PR-мероприятия, рейтинг вуза, референтные группы, рейтинговые факторы.

Кіріспе

Осы күнгі жоғары оқу орындарының арасындағы бәсеке олардың тек ішкі құрылымдарын, профессор-оқытушылар құрамын, оқу бағдарламасын, т.б. дамытумен қатар сыртқы үгіт-насихат жұмыстарын да үздіксіз жүргізуге, екінші сөзбен айтқанда имидждік саясатқа мән беруге міндеттеп отыр.

Мұның себебі белгілі. Кез келген абитуриент өзі тандағалы отырған жоғары оқу орнының артық-кем тұстарын, ел ішінде танымалдылық деңгейін, халықаралық мүмкіндіктерін сарапқа салады. Соның ішінде бітірген соң кім боламын, қай жерде жұмыс істеймін деген сұрақтар оны мазалайды. Абитуриент – нарықтық қатынастар тілімен айтқанда, жоғары оқу орнының клиенті. Сол клиентті тарту үшін университет басшылығы «өнімді», яғни қызметтерді мүмкіндігінше ұнамды, өтімді қырынан ұсынады.

Негізгі бөлім

«Имидж» (image – «бейне», «образ») сөзін коммуникация термині ретінде ең алғаш 1956 жылы Дуайт Эйзенхауэр АҚШ президенті сайлауына дайындалып жатқанда (Ambrose, S.; 1984), жарнама теориясы мен практикасының көрнекті өкілі Россер Ривз қолданды (Dougherty, Philip H.; 1967). Ол сайлауалды компаниясының жарнамасы да кез келген басқа өнімнің жарнамасымен бірдей, тауардың сапасынан гөрі, оны көрген адам сатып алғысы келетіндей тартымды етіп жарнамалаған тиімді деген гипотезаны ұсынды. Әрине, Ривздің теориясы жұртшылық арасында қатаң қарсылыққа ұшырады. Алайда түбінде кандидат не айтып тұрғаны емес, ол жұртқа қалай көрініп тұрғаны маңызды деген пікірді берік ұстанған Ривз жеңіске жетті: Эйзенхауэр сол жылы екінші мерзімге президент болып сайланды. Кейіннен психо-

логтар адамдар сөз арқылы пікірлегенмен, көз арқылы ұнататынын, екінші сөзбен айтқанда, ақпаратты бейне түрінде қабылдайтынын дәлелдеді. (Lee Roy Beach, Terence R. Mitchell; 2015). Яғни имидж – «тауардың» сыртқы көрінісі. Бұл тар мағынада. Кең мағынасында қазіргі таңда имидж сөзін субстанция туралы жұрт арасында табиғи пайда болған немесе әдейі қалыптастырылған әсерлердің, пікірлердің және соған себеп болатын ішкі-сыртқы қасиеттердің жиынтығы ретінде түсінеміз. Карл Ботан мен Винсент Хэзлтон «Қоғамдық қатынастар» «теория түрінде ұсынылатын дүниелердің халыққа танылу деңгейі мардымсыз болатынын» айтады (Botan, C. H.; 1997).

Ақпарат ұйымның топ-менеджерлері тарапынан кең жұртшылыққа ұғынықты «тілмен» жеткізілгенде, уақыт өте келе көпшіліктің танымында белгілі бір тұтас образ қалыптасады (Hatch, M. J. & Schultz, M.; 1997).

Осы арқылы корпоративтік бедел немесе белгілі бір ұйымның деңгейін танытатын алғышарттар пайда болады. Тұтынушылар белгілі бір деңгейде оған бейсаналы түрде бағынышты болады. Өйткені олар дәл осы ұйымның басқаларға қарағанда сенімдірек, абыройлырақ екенін мойындай бастайды (Newell, S. J., & Goldsmith, R. E.; 1997).

Бұл ретте ұйымның беделі оның басты құндылықтарымен тығыз байланысты екенін ұмытпаған жөн. Даттон мен Дюкерихтің айтуынша, ұйымның беделін айқындайтын құндылықтар оның өнімін тұтынушылар үшін орталық, негізгі әрі басты ерекшелік сипат реңкіне енеді (Albert, S., & Whetten, D.; 1985).

Ұйымның өзіне тән ерекшелігі мен беделі оның бар болмысы әрі оны бірегей ұйымға айналдыратын негізгі көрсеткіш. Мұны Риел мен Балмер ұйымның өзегін құрайтын қызметкерлердің, негізін қалаушылардың о бастағы ұстанымдарымен байланыстырады (Gioia, D. A., & Thomas, J. B.; 1996, сондай-ақ Gioia, D. A., & Schultz, M., & Corley, K. G.; 2000).

Ұйымның беделі оған деген қызығушылықтың жалпы бағасын береді. Оған берілетін баға сол ұйымның тәжірибесіне, ұйымның қызметін өрнектейтін символдық көрсеткіштерге негізделді (Gotsi, M., & Wilson, A. M.; 2001).

Фомбрун ұйымның беделін сынайтын басты өлшем ретінде уақытты атап көрсетеді. Оның пікірінше, уақыт сынынан өткен ұйымның беделі ғана тұтынушылардың тұрақты сеніміне ие болады (Fombrun, C., & Shanley, M.; 1990).

Ал Моффит ұйымның беделіне «ұйымның

өзі стратегиялық коммуникация құралдары арқылы ұсынатын, жұртшылық қабылдаған көпке ортақ пікірлер мен білімдердің жиынтығы» деп анықтама береді (Moffitt, M. A.; 1994).

Ұйымның беделіне неліктен баса назар аударамыз? Осы сұраққа Вейгельт пен Крамерердің еңбегінен жауап тапқандай боламыз. Зерттеушілердің пікірінше, ұйымның беделі кей жағдайларда актив және міндеттеме орнына да жүреді (Weigelt, K., & Cramerer, C.; 1988). Кең таралған пікір бойынша, ұйымның беделіне ішкі және сыртқы факторлар әсер ететіні белгілі (Dutton, J. E., & Dukerich, J. M.; 1991, сондай-ақ Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V.; 1994).

Қысқа қайырғанда, ұйымның абырой-беделі бәсекелік ортада бірқатар жеңілдіктер немесе басымдықтар береді (Van Riel, C. B. M., & Balmer, J. M. T.; 1997).

Қазіргі прагматикалық өмірдің қарқыны, бүгінгі заманның диалектикасы кез келген зат немесе құбылыстың жылдам ескіріп қалатынын күнбе-күн дәлелдеп отыр. Сондықтан да өзге жоғары оқу орындарымен бәсекеде үнемі жеңіске жетіп отыру үшін әлемнің іргелі жоғары оқу орындары ғылыми-зерттеу қызметімен қатар имидждік саясатқа да ерекше назар аударып келеді.

Өйткені, имидждік саясат жоғары оқу орнының басқару қызметіндегі маңызды құралдардың бірі болып табылады. Жоғары оқу орны сыртқы имидждік саясатының негізгі мазмұнын «Ашық есіктер күні», түрлі жарыстарды, кештерді ұйымдастыру, ғылыми-практикалық конференциялар, байқаулар, олимпиадалар, имидждік жарияланымдар секілді коммуникация арналары құрайды. Сонымен қатар ішкі имиджді қалыптастыру бағытында студенттермен, бітірушілермен, оқытушылармен жұмыстар жүргізіледі.

Зерттеуші Е.А. Какоткинаның айтуынша, «мұндай шаралар екі түрлі функцияны атқарады: біріншіден, жоғары оқу орнының ішінде ортақ мақсат-мүддені көксеген пікірлестер командасын құруға септігін тигізеді; екінші жағынан, жоғары оқу орнының сыртқы беделін нығайтуға, қоғамдағы танымалдылығын арттыра түсуге жағдай жасайды» (Какоткина Е.А., 2016). Н.К. Моисеева «Совокупность представлений, выявленная на основе концепции построения системы формирования имиджа» атты еңбегінде жоғары оқу орны имиджінің құрамдас бөліктері ретінде:

1) студенттер мен оқытушылардың ЖОО туралы түсініктері ретіндегі ішкі имидж, әлеуметтік-психологиялық орта;

2) ЖОО ректорының және ғылыми кеңестің имиджі;

3) білім беру қызметтерінің имиджі;

4) ЖОО қызметін тұтынушылардың имиджі;

5) профессор-оқытушылардың имиджі;

6) әлеуметтік имидж;

7) визуалдық имидж;

8) бизнес-имидж сияқтыларды атап көрсетеді (Моисеева Н.К., 1999). Е.А. Какоткина бұған қосымша түрде ғылыми имидж (жоғары оқу орны ғалымдарының ғылыми жаңалықтары, зерттеулері, т.б.) бен сыртқы атрибутикалардың имиджі (гимн, герб, символика, сәулет, дизайн) де университеттің жалпы имиджін қалыптастыруда ерекше рөл ойнайтынын тілге тиек етеді.

Жоғары оқу орнының имиджін қалыптастыруда онда жүргізіліп жатқан ғылыми-зерттеу жұмыстарының өнімділігі, оның қызметтеріне деген өнеркәсіптің сұранысы басты рөлге ие. Бұл аспект имидждің қалған құрамдас бөліктеріне негіз болады (Горчакова В.Г., 2015). Айталық, абитуриент өзі түскелі отырған жоғары мектепті (университет, институт, академия, колледж,) бітіргендер қай салаларда, қандай жоғары лауазымдарда жұмыс істеп жатқанына бірінші кезекте мән береді (Георгий Г.Г., 1998). Мамандық таңдау күрделі әрі қиын процесс екені өздігінен түсінікті. Кәсіби қызмет адам өмірінің үлкен бөлігін – мамандық иелену ниетінің пайда болуынан бастап еңбек жолын аяқтағанға дейінгі аралықты қамтиды. Мамандық таңдау қажеттілігін тұлға мектепті бітіру қарсаңында сезінеді.

Қазіргі әлемде жоғары оқу орнын таңдау мамандық таңдаудың маңызды компоненті болып табылады. Абитуриентке таңдау жөнінде бірер шешімге келу оңайға соқпайды, өйткені білім беру қызметтері нарығында алуан түрлі ұсыныстар оны әр тарапқа жетелейді. Жыл сайын жаңа жоғары оқу орындары пайда болып жатыр, олардың кейбірі жабылып та жатыр.

Осы мәселеге қатысты жүргізілген көптеген зерттеулерде болашақ мамандық пен жоғары оқу орнын таңдау абитуриенттің келесідегі өмірінде үлкен маңызға ие екендігі (Павлов Н.В., Пономарева О.А., 2010); университеттердің көпшілігі абитуриенттерді тарту бойынша жыл сайын жаңа имидждік технологияларды пайдаланатындығы (Захаров С.В., т.б., 2009); нарықтағы ұсыныстың көп болуы тұтынушылардың таңдау мүмкіндіктерін арттырумен қатар, кей жағдайларда шектеп те қоятыны (Лифиц И.М.; 2009) анықталды.

Таңдау алдында тұрған абитуриент ең алдымен жоғары оқу орнының рейтингісіне

қарайтыны белгілі, бұл фактор әсіресе соңғы жылдары өзекті бола бастады.

Әлемнің үздік университеттерін анықтау саласында танымал рейтингілер көпшілік. Солардың ішіндегі QS (World University Rankings) рейтингісі – әлемдік маңызы бар жоғары оқу орындарының білім және ғылым саласындағы жетістіктерін зерттеу бойынша жасалған жаһандық тізім. Оны Британияның Quacquarelli Symonds (QS) консалтинг компаниясы өз әдістемесі бойынша жүргізеді.

Жоғары оқу орнының кәсіби деңгейін және имиджін айқындауда мейлі ұлттық деңгейде, мейлі халықаралық деңгейде болсын, басты сипаттамалардың бірі ретінде оның өнімдерінің (бітірушілері, ғылыми-зерттеу жұмыстарының нәтижелері, т.б.) ұлттық және халықаралық деңгейлердегі мойындалуы, сұранысқа ие болуы көзге түседі. Білім беру қызметтерінің сапасы, соның ішінде ғылыми-зерттеу жұмыстары да студенттердің жоғары оқу орнындағы оқу барысында жинаған білімдері, дағдылары және іскерліктері көрсеткіші, бітіруші тұлғасы мен оның қабілеттіліктерінің көрсеткіші, қоғамға бейімделуінің көрсеткіші сияқтыларды қамтиды. Осы орында әсіресе қазақстандық жоғары оқу орындары үшін ғылыми-зерттеу жұмыстары оның қызметінің құрамдас бөлігі болуы тиіс деген пікірді айтар едік. Өйткені, өкінішке қарай, еліміздегі кейбір жекеменшік университеттер қоғамға тек бітірушілерді экспорттап жатыр да, олардағы ғылыми-зерттеу нәтижелері көп жағдайда не пайдаға аспайды, не елеусіз қалып қояды. Бұл олардың ғылыми имиджін қалыптастыруға мүмкіндік бермейді.

Сыртқы атрибутикалар кез келген жоғары оқу орнының визуалдық имиджін қалыптастыруға жағдай жасайды. Соңғы кездері Қазақстандағы ірі қалаларда көшелерде, қоғамдық орындарда көлікте кейбір алдыңғы қатарлы университеттердің символдарын, брошюраларын көзіміз шалып жүр. Қазақстандағы жоғары оқу орындарының имидждік саясатына тән тағы бір құбылыс мынау, көбінесе көктемнің аяғы мен жаз айларында олар белсенді жарнама қызметін жүргізеді. Мысалы, ҚазҰУ-дың айналасы мамыр-шілде айларында алуан түрлі оқу орындарының жарнамасына толатыны сыр емес. Мұны қоғаммен байланыс ғылымында PR-шаралар деп атайды.

Нәтиже

Университет имиджін қалыптастыруда, оны насихаттауда жарнама қызметінің рөлі ерекше екенін жоғарыда айттық. Қазақстан жоғары оқу

орындарының арасында ең табысты жарнама қызметін жүргізу бойынша, біздіңше, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті ең көп мүмкіндіктерге ие. Осы пікірді пысықтамас бұрын, оның себептеріне назар аударсақ. Интернеттің қарқынмен дамуы бүгінгі абитуриентке өзі түсетін университетті таңдауда ең тиімді іздеу қызметін ұсынып отыр. Басым көпшілігі қай университетті таңдасам екен деген сұрақпен Интернетке жүгінеді. Университетті таңдарда оның қандай критерийлеріне мән беру қажеттігін түсіндіретін ресурстар да баршылық. Олардың көпшілігінде:

- 1) лицензия және аккредитацияның болуы;
- 2) ЖОО, соның ішінде абитуриент таңдағалы отырған мамандықтың тарихы қаншалықты терең екендігі;
- 3) оның мемлекеттік немесе жекеменшік екендігі;
- 4) оқу барысында өндірістік тәжірибеге жіберу мүмкіндіктері;
- 5) бітірген соң жұмыспен қамтылу мүмкіндігі;
- 6) сабақ кестесінің жасалу ерекшеліктері;
- 7) жатақханамен қамтамасыз ету мүмкіншіліктері;
- 8) бітірушілер мен студенттердің пікірлері;
- 9) профессор-оқытушылардың біліктілік деңгейі;
- 10) халықаралық байланыстары;
- 11) орналасқан жері;
- 12) танымал түлектері;
- 13) жетістіктері;
- 14) рейтингісі т.б. критерийлерге мән беру керек деген кеңестер беріледі.

Осы айтылған критерийлер бойынша әл-Фараби атындағы ҚазҰУ еліміздің үздік университеті екендігі дау тудырмайды.

Мәселен, әлем университеттерінің QS (Ұлыбритания) рейтингісінің 2017 жылғы қорытындыларына орай ҚазҰУ әлемдегі үздік 250 университет қатарына еніп 236 орынды иемденді. Қазақстан ЖОО арасындағы ең үздік университет болып саналады. QS рейтингісіндегі Даму-

шы Еуропа және Орталық Азия елдерінің (EECA – Emerging Europe & Central Asia) 10 үздік жоғары оқу орны қатарына енді. Бұдан тыс, FIBAA еуропалық аккредиттау агенттігі экономика және бизнес Жоғары мектебі мен заң, география және табиғатты пайдалану, халықаралық қатынастар, философия және политология факультеттерінің білім беру бағдарламаларының сапасын үздік деп танып, жоғары бағалауы; ҚазҰУ беделді ThomsonReuters агенттігінің «2011 жылғы ғылым төңірегіндегі жетістіктері үшін» арнайы дипломымен марапатталған Қазақстан Республикасындағы бірінші жоғары оқу орны болуы; халықаралық «GreatValueColleges» ұйымының қорытындысы бойынша әлем бойынша 50 технологиялық дамыған университеттер қатарына кіріп, рейтингте 31 орын иемденуі, сонымен қатар ТМД, Шығыс және Орталық Еуропа, сонымен бірге Сингапур, Жапония, бүкіл Азия құрлығының жалғыз өкілі екендігі; Болон үдерісінің негізгі қағидаларына бейімделуге толық рұқсат беретін және еуропалық ЖОО академиялық саясатының стандарттарына сай EC – TEMPUS, ERASMUSMUNDUS бағдарламасы бойынша Қазақстан Республикасында көшбасшы болып келе жатқаны, ең бастысы, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес бойынша халық арасында ерекше сенімге ие болғаны секілді көптеген жетістіктері университеттің абитуриенттер армандайтын жоғары оқу орны мәртебесін сақтап қалуына жағдай жасап отыр.

Пікірімізді қорытындылай келе, жоғары оқу орнының имидждік технологиялар және қоғаммен байланыс қызметінің имидждік саясат жөніндегі басты бағыттары ретінде Интернет кеңістігіндегі белсенді қызмет, жоғары оқу орнының қазіргі заманғы телекоммуникациялық құралдарын пайдалана отырып, ақпараттық коммуникациялар жүйесін дамыту; жоғары оқу орнының тартымдылығын анықтау мақсатында жыл сайын жұртшылық пікірін зерттеу, имиджелогиялық концепцияны соның нәтижелеріне негізделе отырып жасау сияқтыларды атап көрсетеміз.

Әдебиеттер

- Горчакова В.Г. (2015) Имиджелогия. Теория и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 335.
- ЖОО рейтингі бойынша Begin Group компаниясының зерттеуі: <http://begingroup.com>
- Захаров С.В., Сербиновский Б.Ю., Павленко В.И. (2009) Маркетинг. – Киев: Издательский дом, 468 б.
- Какоткина Е.А. (2016) Формирование и использование имиджа регионального вуза на основе концепции имиджевой политики вуза // ВЕПС. – №3.
- Лифиц И.М. (2009). Конкурентоспособность товаров и услуг. – М.: Издатель. 280 б.

- Моисеева Н.К. (1999) Совокупность представлений выявлена на основе концепции построения имиджа // Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения. № 5. – 78 б.
- Павлов Н.В., Пономарева О.А. (2010) Маркетинговое исследование. – СПб.: Издательство СПбГТУИ.
- Почепцов Г.Г. (1998) Имиджелогия: теория и практика. – Киев: Издательский дом “АДЕФ-Украина”, 392 б.
- Albert, S., & Whetten, D. (1985). Organizational identity. In L. L. Cummings B. M. Staw (Eds.), Research in organizational behavior (Vol 7), pp. 263- 295. Greenwich, CT: JAI Press.
- Ambrose, S. (1984). *Eisenhower: The President (1952–1969). II. New York: Simon & Schuster.*
- Board for International Broadcasting. Annual Report on Radio Free Europe/Radio Liberty. 1988.
- Botan, C. H. (1997). Ethics in strategic communication campaigns: The case for a new approach to public relations. The Journal of Business Communication, 34, pp. 188-202.
- Columbia Journalism Review. July/August 1986.
- Dougherty, Philip H. (1967). «Advertising: Rosser Reeves Is Back Again». *New York Times*. p. F44.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. Academy of Management Journal, 34(3), pp. 517-554.
- Dutton, J., E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. Administrative Science Quarterly, 39, pp. 239-263.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What’s in a name? Reputation building and corporate strategy. Academy of Management Journal, 33(2), pp. 233-258.
- Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, image, and issue interpretation: Sense-making during strategic change in academia. Administrative Science Quarterly, 41(3), pp. 370-390.
- Gioia, D. A., & Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. Academy of Management Review, 25(2), p. 63-81.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. European Journal of Marketing, 31(5), pp. 356-365.
- Lee Roy Beach, Terence R. Mitchell (2015). Image theory: Principles, goals, and plans in decision making *Acta Psychologica*, Volume 66, Issue 3, Pages 201-220.
- Moffitt, M. A. (1994). Collapsing and integrating concepts of ‘public’ and ‘image’ into a new theory. Public Relations Review, 20(2), pp. 159-170.
- Newell, S. J., & Goldsmith, R. E. (1997). The development of a scale to measure perceived corporate credibility. Journal of Business Research, 52, pp. 235- 247.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (1998). Communication, organization, and crisis. In M. E. Roloff and G. D. Paulson, (Eds.), Communication Yearbook 21, pp. 231-275.
- Van Riel, C. B. M., & Balmer, J. M. T. (1997). Corporate identity: The concept, its measurement and management. European Journal of Marketing, 31(5), pp. 340-355.
- Weigelt, K., & Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. Strategic Management Journal, 9, pp. 443-454.
- <http://student.zoomru.ru/market/issledovanie-rynka-obrazovatelnyh-uslug-s/53645.423148.s8.html>
- <http://gtmarket.ru/ratings/qs-world-university-rankings/info>
- <http://femto.com.ua/news/science/0002.html>
- <http://www.kaznu.kz/kz/14948>

References

- Albert, S., & Whetten, D. (1985). Organizational identity. In L. L. Cummings 7 B. M. Staw (Eds.), Research in organizational behavior (Vol 7), pp. 263- 295. Greenwich, CT: JAI Press.
- Ambrose, S. (1984). *Eisenhower: The President (1952–1969). II. New York: Simon & Schuster.*
- Begin Group kompaniyasynyng zertteui [Research of Begin Group Company]: <http://begingroup.com>
- Board for International Broadcasting. Annual Report on Radio Free Europe/Radio Liberty. 1988.
- Botan, C. H. (1997). Ethics in strategic communication campaigns: The case for a new approach to public relations. The Journal of Business Communication, 34, pp. 188-202.
- Columbia Journalism Review. July/August 1986.
- Dougherty, Philip H. (1967). «Advertising: Rosser Reeves Is Back Again». *New York Times*. p. F44.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. Academy of Management Journal, 34(3), pp. 517-554.
- Dutton, J., E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. Administrative Science Quarterly, 39, pp. 239-263.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What’s in a name? Reputation building and corporate strategy. Academy of Management Journal, 33(2), pp. 233-258.
- Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, image, and issue interpretation: Sense-making during strategic change in academia. Administrative Science Quarterly, 41(3), pp. 370-390.
- Gioia, D. A., & Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. Academy of Management Review, 25(2), p. 63-81.

- Gorchakova V.G. (2015) Imidzhelogija. Teorija i praktika [Image. Theory and practice]. M.:JuNITI-DANA, 2015. – 335.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5), pp. 356-365.
- Kakotkina E.A. (2016) Formirovanie i ispolzovanie imidzha regionalnogo vuza na osnove koncepcii imidzhevoj politiki vuza [Formation and use of the image of a regional university on the basis of the concept of image policy of the university] // *VEPS*. №3.
- Lee Roy Beach, Terence R. Mitchell (2015). Image theory: Principles, goals, and plans in decision making *Acta Psychologica*, Volume 66, Issue 3, Pages 201-220.
- Lific I.M. (2009). Konkurentosposobnost tovarov i uslug [Competitiveness of goods and services]. M. Izdatel. P. 280
- Moffitt, M. A. (1994). Collapsing and integrating concepts of 'public' and 'image' into a new theory. *Public Relations Review*, 20(2), pp. 159-170.
- Moiseeva N.K. (1999) Sovokupnost predstavlenij vyyavlena na osnove koncepcii postroeniya sistemy formirovaniya imidzha [The set of representations is revealed on the basis of the concept of building an image formation system] // *Marketing i konkurentosposobnost obrazovatel'nogo uchrezhdeniya*. № 5. – p. 78.
- Newell, S. J., & Goldsmith, R. E. (1997). The development of a scale to measure perceived corporate credibility. *Journal of Business Research*, 52, pp. 235- 247.
- Pavlov N.V., Ponomareva O.A. (2010) Marketingovoe issledovanie [Marketing research]. SPb.: Izdatel'stvo SPbGTUI.
- Pochepcov G. G. (1998) Imidzhelogija: teorija i praktika [Image: theory and practice]. Kiïv: Izdatel'skij dom «ADEF-Ukraina», p. 392.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (1998). Communication, organization, and crisis. In M. E. Roloff and G. D. Paulson, (Eds.), *Communication Yearbook* 21, pp. 231-275.
- Van Riel, C. B. M., & Balmer, J. M. T. (1997). Corporate identity: The concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5), pp. 340-355.
- Weigelt, K., & Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. *Strategic Management Journal*, 9, pp. 443-454.
- Zaxarov S.V., Serbinovskij B.Yu., Pavlenko V.I. (2009) Marketing [Marketing]. Kiïv: Izdatel'skij dom, p. 468.
<http://student.zoomru.ru/market/issledovanie-rynka-obrazovatelnyh-uslug-s/53645.423148.s8.html>
<http://gtmarket.ru/ratings/qs-world-university-rankings/info>
<http://femto.com.ua/news/science/0002.html>
<http://www.kaznu.kz/kz/14948>

Альжанова А.¹, Тілепберген А.^{2*}

¹филология ғылымдарының кандидаты, доцент,

²журналистика факультетінің PhD докторанты,

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Қазақстан, Алматы қ., *e-mail: akmoldir@list.ru

XX ҒАСЫРДЫҢ БАСЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛҚЫ ТУРАЛЫ ШЕТЕЛДІК ЖАРИЯЛАНЫМДАР

Жарты ғасырдың тарихи дамуында қазақ кеңестік әдебиеті идеологиялық және көркем биіктерге жетті, бұл бүкіл одақтық көркем әдебиеттің қазынасын толықтырып, байытуға мүмкіндік берді. Батыс және шығыс тілдеріне аударылған кітаптарды таңдау кездейсоқ емес. Халықаралық тілдердің біріне айналған орыс тілінің арқасында әртүрлі халықтардың әдебиетімен байланыс саласы кеңейді. Қазақстан шетелде жарияланған шығармалардың саны жағынан Кеңес Одағы елдерінің арасында алғашқылардың бірі болып саналады. Шынында, Абайдың өлеңдері, М. Әуезовтің романдары, С. Мұқанов, Ғ. Мүсрепов, Ғ. Мұстафин, Т. Ахтанов, Ә. Нұрпейісов, Б. Момышұлы, Ә. Әлімжановтың шығармалары көптеген шетел тілдеріне аударылып, жарық көре бастады. Батыс Еуропаның Андре Стил, Регион Бержерон, Альфред Курелла, Херберт Кремпыен, Эрхер Хексельшнейдер, Имре Тренчен-Вальдапфель, Людек Грзебичек, Франтисек Сукуп және т.б. сияқты жазушылар мен ақындардың пікірінше қазақ әдебиетінің идеологиялық және көркемдік құндылықтары шығармаларда айқын көрініс тапқанын айтады. Шетелдік тарихшылар үшін қазақ әдебиетінің қоржыны, өзінің ерекше тарихымен, бірегей рухани өмірімен, таңғажайып эстетикалық әлемімен таңданыс туғызды. Мақалада авторлар, қазақ әдебиетіне, дәстүріне, мәдениетіне қызығушылық танытқан шетелдіктердің еңбектеріне сілтеме жасап, елімізді әлемге танытқан ірі тұлғалар жайлы сөз етеді. Сонымен қатар, олардың әлем әдебиетіне қосқан үлесі жайлы жазылады.

Түйін сөздер: қазақ әдебиеті, ақын, жазушы, шығармашылық жолы, шетелдіктер пікірі, мәдениет, дәстүр.

Alzhanova A.¹, Tilepbergen A.^{2*}

¹Candidate of Philology, Associate Professor,

²PhD doctoral student, Faculty of Journalism,

Al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: akmoldir@list.ru

Foreign publications on the Kazakhs of the early XX century

In the historical development of the early XX century Kazakh Soviet literature reached ideological and artistic heights, allowing to enrich the values of the All-Union fiction. The choice of books translated into Western and Eastern languages is not accidental. Thanks to the Russian language, which became one of the international languages, the area of communication with the literature of different countries expanded. In the article the authors refer to the works of foreigners interested in Kazakh literature, traditions and culture, and talk about the great personalities of our country. Kazakhstan is one of the first countries of the Commonwealth of Independent States in terms of the number of works published abroad. In fact, Abai's poems, M. Auezov's novels, works by Mukanov, G. Mustrepov, G. Mustafin, T. Akhtanov, A. Nurpeisov, B. Momysuly, A. Alimzhanov were translated and published in many foreign languages. According to such Western and poets as Andre Style, Bergeron Region, Alfred Kurella, Herbert Kerprien, Erher Hekelschneider, Imre Trenchen-Valdupfel, Lyudek Grzebichek, Frantisek Souput writers, the ideological and artistic value of Kazakh literature is clearly reflected in the works. For foreign

historians the niche of Kazakh literature was filled with its unique history, unique spiritual life and an amazing aesthetic world.

Key words: Kazakh literature, poet, writer, creative path, publications of foreigners, culture, traditions.

Альжанова А.¹, Тілепберген А.^{2*}

¹кандидат филологических наук, доцент,

²PhD докторант, факультет журналистики,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, *e-mail: akmoldir@list.ru

Зарубежные публикации о казахах начала XX века

В историческом развитии начала XX века казахская советская литература достигла идеологических и художественных высот, позволяя обогащать ценности Всесоюзной художественной литературы. Выбор книг, переведенных на западный и восточный языки, не является случайным. Благодаря русскому языку, который стал одним из международных языков, расширилась область общения с литературой разных стран. Казахстан является одной из первых стран Содружества Независимых Государств по количеству работ, опубликованных за рубежом. Фактически, стихи Абая, романы М.Ауэзова, произведения С. Муканова, Г. Мусрепова, Г. Мустафина, Т. Ахтанова, А. Нурпеисова, Б. Момышулы, А. Алимжанова были переведены и опубликованы на многих иностранных языках. По мнению таких западных писателей и поэтов, как Андре Стиль, Регион Бержерон, Альфред Курелла, Герберт Керпиен, Эрхер Хекельшнайдер, Имре Тренчен-Валдапфель, Людек Грзебичек, Франтисек Сукуп, идеологическая и художественная ценность казахской литературы четко отражена в произведениях. Для иностранных историков корзина казахской литературы была наполнена ее уникальной историей, уникальной духовной жизнью и поразительным эстетическим миром. В статье авторы ссылаются на работы иностранцев, интересующихся казахской литературой, традициями и культурой, и говорят о великих личностях нашей страны.

Ключевые слова: казахская литература, поэт, писатель, творческий путь, публикации иностранцев, культура, традиции.

Кіріспе

«Әдебиет арқылы тұтастай болмаса да, көптеген дүниелерді танып, білуге болады. Қазақ кітаптарында даналықты, қонақжайлылыққа деген сүйіспеншілік қасиетін сезінесіз. Қашықтағы адамдардың өзіндік мәдениетін анықтау үшін бір ғана әңгімелесу жеткіліксіз екені мәлім» Э. Хексельштейн (Э. Хексельштейн, 1967).

Қазақ әдебиеті ғасырлар тереңдігінде тамырланған эпикалық және лирикалық дәстүрлермен сипатталады. XIX ғасырдың ортасына дейін барлық жанрларды (әсіресе ерлік әндерін, лириканы, әндерді, ертегілер мен аңыздарды) қамтитын бай халықтық поэзия қазақ халқының бұрынғы және қазіргі өмір туралы өз көзқарастарын, әдемі болашағының армандарын жалғыз паш етті.

«...Мен Мұхтар Әуезовтің мұражайында болдым, содан кейін ғана мен қазақ және қырғыз халқының алдында қарыздар екенімді түсіндім. Әуезовті әйгілі жазушы ретінде танытымын. Енді мен осы тұлғаның басқа қыры: әлем халықтарына көптеген еңбек жазғанын, шешен, ғалым, қоғам қайраткерлігімен таныстым.

Бәлкім, өткен ғасырларда мұндай адамдарды пайғамбарға теңеуге болар ма еді (Э. Хексельштейн, 1967, 101) деп, Хексельштейн Әуезовтің мұражайынан кейін алған әсерін осылай жеткізген.

Өздеріңізге белгілі, XX ғасырдың тарихи дамуында қазақ кеңестік әдебиеті идеологиялық және көркем биіктерге жетті, бұл бүкіл одақтық көркем әдебиеттің қазынасын толықтырып, байытуға мүмкіндік берді. Жас қазақ кеңестік әдебиеті, ұлттық өмірдің барлық салаларындағы тың мәселелерді көтерді, соның арқасында оның бүкіл одаққа танылуына әкелген осындай көркемдік құндылықтар пайда болды. Нәтижесінде ол біздің елімізге деген тыс жерліктердің қызығушылығын туғызды.

Қазақстандық авторлардың шығармалары Батыс пен Шығыс халықтарының көптеген тілдеріне аударыла бастады. Қазақстан шетелде жарияланған шығармалардың саны жағынан Кеңес Одағы елдерінің арасында алғашқылардың бірі болып саналады. Шынында, Абайдың өлеңдері, М. Әуезовтің романдары, С. Муканов, Г. Мүсірепов, Г. Мұстафин, Т. Ахтанов, Ә. Нұрпейісов, Б. Момышұлы, Ә. Әлімжановтың шығармалары көптеген шетел тілдеріне аудары-

лып, жарық көре бастады (Ш. Сатпаева, А. Мусинов, 1971, 7).

Германия демократиялық республикасында «Алтын киіз үй» атты үлкен кітапта жиналған қазақ батырлық өлеңдер мен ертегілерінің үлгілері жарық көрді. Болгарияда «Қазақ халқының ертегілері» пайда болды, Абай Құнанбаевтың шығармашылығы мен Жамбылдың поэзиялық жинағы («Сүйіспеншілік пен ашудың әндері») Чехословакияда жарық көрді. М. Әуезовтің «Абай», «Абай жолы» романдары ағылшын, болгар, венгер, вьетнам, неміс, грек, корей, поляк, румын, словак, түрік, француз, чех, хинди тілдеріне аударылды. М. Әуезовтің «Қараш, қараш оқиғасы» повесі неміс және француз тілдерінде, «Сұлулық кезіндегі күйзеліс», болгар, түрік, румын, чех, С. Мұқановтың «Ботагөз» романы поляк және чех тілдерінде, Ғ. Мұстафиннің «Миллионері» болгар, неміс, поляк, румын, чех тілдеріне аударылды, оның «Қарағанды» романы, румын, словак тілдерінде жарық көрді (Ш. Сатпаева, А. Мусинов, 1971, 8).

ГДР-да Т. Ахтановтың «Даладағы конфессиялар» және Ә. Әлімжановтың «Махамбеттің жебесі» романы жарияланды. Ә. Нұрпейісовтің «Қан мен тер» романы француз тілінде жарық көрді (Ш. Сатпаева, А. Мусинов, 1971, 9). Сонымен қатар, шет елдердегі газеттер мен журналдарда сол заманғы ақындардың жекелеген өлеңдері үнемі жарияланып отырды. Шетелдік тарихшылар үшін қазақ әдебиетінің қоржыны, өзінің ерекше тарихымен, бірегей рухани өмірімен, таңғажайып эстетикалық әлемімен таңданыс туғызды.

Батыс және шығыс тілдеріне аударылған кітаптарды таңдау кездейсоқ емес. Халықаралық тілдердің біріне айналған орыс тілінің аркасында әртүрлі халықтардың әдебиетімен байланыс саласы кеңейді. Қазақ өнерінің әдебиеті әлемнің көптеген елдерінде ұлы ұлттық элемент ретінде қабылданады, ол өзін-өзі тану және халық мәдениетімен байланысы бар бай мәдениет ретінде ең бай социалистік өнердің органикалық бөлігі болып табылады. Бұл көптеген елдердегі ең үздік қазақ шығармаларын басып шығарумен қатар, олардың журналдар мен газет беттеріне, ғылыми кітаптарға және танымал оқулықтарға жоғары баға берген жетекші шетелдік жазушылар, сыншылар мен оқырмандардың көптеген мәлімдемелерімен де дәлелденді. Батыс Еуропаның Андре Стиль, Регион Бержерон, Альфред Курелла, Херберт Кремпьен, Эрхер Хекселшнейдер, Имре Тренчен-Вальдапфель, Людек Гржебичек, Франтисек Сукуп және т.б.

сияқты жазушылар мен ақындардың пікірінше қазақ әдебиетінің идеологиялық және көркемдік құндылықтары шығармаларда айқын көрініс тапқанын айтады (Ш. Сатпаева, 1969).

Вернер Браум Әуезовтің «Абай жолы» романын, «... социалистік әлем әдебиетінің ең ұлы туындыларына жатқызылуы керек» деген қорытындыға келеді. Австрияның «Weg und Ziel» газеті өзінің романға берген пікірінде, «тілдің көркемдік сұлулығын, танымал кейіпкерлермен, әдемі боялған сюжеттер және шын мәнінде гуманистік идеялар арқылы жеткізе білген, роман әлем әдебиеті қатарынан орын алуы тиіс (Ш. Сатпаева, А. Мусинов, 1971, 14) деп жазады. Неміс ғалымы Альфред Курелла, «Абай – тарихи батырдың, ұлы ойшыл мен саясаткердің, қазақтың бас ақынының есімі. Ұлы тұлға, XIX ғасырда қазақ халқының тарихында өшпес із қалдырды», – деп Абайға жоғары баға берген (А. Курелла, 1954).

Ойтолқы

Қазақ авторларының еңбектерінің әлем халықтарының көптеген тілдеріне аударылуы, олар туралы жетекші жазушылар мен сыншылардың шолулары, шетелдік оқулықтар мен зерттеулердегі қазақ әдебиетінің дамуының объективті сипаттамасы қазақ әдебиетінің жаңа деңгейге көтерілуінің белгісі. Осыларды оқып білген халық, Англиядан келген Дж. Уилер мен АҚШ-тың Т. Виннердің жазғанына сенуге бола ма? 1958 жылы қазақ әдебиетінің тарихи дамуының қасақана бұрмаланған «Орыс Орта Азия қазақтарының ауызша шығармашылығы мен әдебиеті» атты кітабы жарық көрді (Т. Виннер, 1958). Әрине, жақтаушы бар жерде даттаушы да қатар жүретіні бәрімізге мәлім. Бұл кітапта автор, қазақ және орыс халықтарының арасындағы достықтың пайда болуына түрткі болуға тырысады және заманауи қазақ ұлттық әдебиетінің гүлденуін көрмейді. Қазақ әдебиетінің тарихын бұрмалау және бұрмалаушылықпен күресу кезінде авторлар шығармаларын шет елде жариялау және олар туралы белгілі батыс мәдениет қайраткерлерінің мәлімдемесі сөзсіз орындалады және болашақта шынайы жағдайды айқындайтын ізгі функцияларды орындайды.

Шетелдіктер қазақ халқының әдебиетіне ғана емес, дәстүрі мен мәдениетіне де аса зор қызығушылық танытты. Оған дәлел Жамбылдың 75 жылдығына байланысты шетелдіктердің жіберген құттықтау хаттары. Бұл хаттардан Жамбылдың қазақ даласының шекарасын кесіп өтіп, бү-

кілодақтық және әлемге танымал болғандығын білеміз. Танымал шетел жазушылары Роман Роллан былай деп жазды: «Батыс Альпінің жүрегінен Қазақстанның даласына, Жамбылға құттықтауында – қазақ халқының әншісі және бірегей азаматы» (Ю. Зенюк, 1961) десе, белгілі дат ақыны Мартин Андерсен Нексе: «Сіз, ең бақытты жансыз, сіз көшпелі өмір салтынан жоғары совет мәдениетіне дейінгі аралықта қызықты да еркін өмір сүрдіңіз, сүріп келесіз де» (В. Неустроев, 1951) деген құттықтау лебізін жіберген.

Ұлы Отан соғысы кезінде Батыста Жамбылдың танымалдығы арта түсті. Прогрессивті шетелдік жазушылар ақынды Кеңестік отанына деген терең сүйіспеншіліктен туған әндерінен танып білді. 1943 жылы Нью-Йоркте жарияланған Біріккен Ұлттар Ұйымы шығарған соғыс тақырыбындағы поэзия жинағына «Біздің туған жеріміз үшін» өлеңінің енуі кездейсоқ емес.

Чехословакияда жарияланған Жамбылдың еркін стиліндегі өлеңдер кітабы «Сүйіспеншілік пен ашулану әндері» деп аталады, сондай-ақ ол туралы мерзімді баспасөз («Людова культуры», «Пратсе») шолуларында мазмұнның, поэзия мен ұлт байлығының әртүрлілігінен басқа, әншінің туындыларының білім беру құндылығы ерекше аталып өтті.

Венгер жазушысы, мемлекеттік сыйлығының лауреаты Кошутто Андор Габор (1884-1953) ұлттық әншінің шығармашылығын аударуға және зерттеуге көп көңіл бөлді. Румындық мүсінші К. Бараски Бухарестте Херестрау саябағында орналасқан Жамбылдың мүсінін орнатты.

Венгриялық ғылым академиясының академигі, Имре Тренчени-Вальдапфель (1891-1970), қазақ совет жазушылары шығармашылығын кеңінен тарату мәселесінде көп еңбек етті (И. Тренчени, 1941). Венгриялық ғалымның ғылыми жұмысында қазақ әдебиетін зерттеу маңызды орынға ие болды. Қазақ ақындары мен жазушыларының ең жақсы шығармаларын түпнұсқадан аударып, қазақ әдебиеті туралы бірнеше қызықты мақала жазды.

1955 жылы Будапештте Жамбыл туралы кітап жарық көрді. Жамбылдың өмірлік және шығармашылық жұмыстарының негізгі кезеңдері туралы егжей-тегжейлі айтылып, Валпарфель

«әрқашан өз халқының жолымен сәйкес келетін ақындық шығармашылығы тарихи оқиғалар кезінде ең үлкен биіктікке дейін көтерілді» деп баса назар аударды. Зерттеу соңында венгриялық академик былай деп жазады: «... Қазақ поэзиясының ғасырлық дәстүрлері Жамбылдың домбырасы арқылы кеңінен таралды» деген пікір қалдырады.

1951 жылы Болгарияның «Халық мәдениеті» баспасынан «Қазақ халық ертегілер» жинағы жарық көрді. 1956 жылы Германия Демократиялық Республикасында қазақтың халық эпосы жайында «Алтын киіз үй» ертегілер жинағы жарық көрді. Оны Берлиндегі «Мәдениет және даму» атты ең ірі баспа үйінің бірі жариялады. Жинақ екі бөліктен тұрады, алғашқы бөлімінде «Қозы-Көрпеш және Баян Сұлу», «Ер Тарғын», «Қыз Жібек» эпостары енгізілген, екінші бөлімінде, «Балтеке би», «Жақсы мен жаман», «Ермек бала», «Қырық өтірік», «Жиренше шешен және Қарашаш сұлу», «Бала мен қасқыр» сияқты ертегілер енді. Бұл жинақтың құрастырушысы белгілі жазушы және қоғам қайраткері Бела Балаш (1884-1949) болып табылады (Ш. Сатпаева, А. Мусинов, 1971, 15). Есмағамбетовтың шығармаларында Кеңестік тарихнамада ұсынылған (Есмағамбетов, 1979). Сондай-ақ, Л. Крадер (Крадер Л., 1963) қазақтың этносының қалыптасуын зерттеді, қазақ жерінің географиялық сипаттамасын берді және 1917 жылға дейінгі Қазақстан тарихының кейбір мәселелерін жазды.

Қорытынды

Б. Балаш қазақ батырлық эпосы мен ертегілерін «гүлдердің таңқаларлық толықтығы, формалардың тұтастығы бар өнер туындылары» деп санайды. Ол әлі күнге дейін белгісіз қазақ халық шығармаларының әлемдік әдебиеттің биік сатысында пайда болуының тарихи оқиғаға теңестірілетініне сенімді болды. Балаш өзінің асыл ісінің жемісін көре алмады, ол осы бай материалды жүйелеп, басып шығаруға үлгермesten дүниеден өтті. Қазақтың халық шығармашылығын іріктеу және өңдеуді белгілі неміс ақыны және аудармашысы Эрик Мюллер жүргізді.

Әдебиеттер

- Виннер Т. (1958) Устное творчество и литература Центральной Азии. Университетская пресса Дьюка.
Зенюк Ю. (1961) Андре Стиль о певце казахского народа // Алматинская правда, 4 октября.
Курелла А. (1954) Судьба в сердце Азии // Ежедневный обзор, 15 декабря.

- Есмағамбетов К.Л. (1976) Истина и ложь. Англо-американская историография в Казахстане. – Алма-Ата, 98 с.
Крадер Л. (1963) Народы центральной Азии. – Гаага, 107 с.
Неустроев В. П. (1951) Мартин Андерсен-Нексе: Жизнь и творчество. – Москва.
Сатпаева Ш.К., Мусинов А.О. (1971) Казахская литература в оценке зарубежной критики. – Алма-Ата, 7 с.
Сатпаева Ш. К. (1969) Қазақ әдебиетінің шетелде зерттелуі. Жұлдыз журналы, №8, 151-153 б.
Тренчени-Вальдапфель Имренің мақалалар жинағынан, Академиялық баспа үйі, Будапешт, 1941.
Хексельншнейдер Э. (1967) Совет одағы халықтарының әдебиеттері. Лейпциг, 86 б.

References

- Esmagambetov K.L. (1976) Ystyna y lozh. Anglo-Amerikanskaya ystoriografya v Kazakhstane[Reality and falsification. Anglo-American historiography of Kazakhstan]. Foresight-Russia, Alma-Ata, pp 98
Kurella A. (1954) Sudba v serdse Azyy[Destiny in the Heart of Asia]. Foresight-Russia. Ezhednevny obzor 15th December.
Krader L. (1963) Narody centralnoy Azyy[Peoples of Central Asia] Foresight-Russia, Gaaga pp 107.
Khekselnshneyder E. (1967) Sovet odagy khalyktarynyn adebyetynen[from the literature of the Soviet peoples] Foresight-German, Leypcig, pp 86.
Neustroev V.P. (1951) Martyn Anderson Nekse: Zhizn I tvorchestvo[Martin Andersen-Nexe: Life and Creativity]. Foresight-Russia, Moskow, pp 56
Satpayeva Sh.K., Musinov A.O. (1971) Kazakhskaya literatura v otcenke zarubezhnoy kritiki[Kazakh literature in the evaluation of foreign criticism] Foresight-Russia, Alma-Ata, pp 7
Satpayeva Sh.K. (1969) Kazakh adebyetinin shetelde zerttelui[research of Kazakh literature abroad] Foresight-Kazakh. Zhuldyz zhurnaly, №8, pp 151-153.
Trencheny-Valdapfel Ymrenyn makalalar zhynagynan(Budapesht 1941)[From collections of articles Ymre Trenchy Valdapfel].
Winner T. (1958) The Oral Art and Literature of the Kazakhs of Russian Central Asia Durham: Duke University Press
Zenyk Yu. (1961) Andre Style o pevce kazakhskogo naroda[Andre Style about the singer of the Kazakh people] Foresight-Russia, Almatynskaya pravda, 1961. 4th oktober

Есенбекова У.М.

кандидат филологических наук, ассоциированный профессор,
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана, e-mail: ultmudde@mail.ru

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОХРАНЕНИИ ДУХОВНОГО И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ НАРОДА

В статье рассматривается потенциал медиакультуры как источника для возрождения и сохранения национальных традиций. Автор изучает возможность передачи будущим поколениям информации о культурно-историческом прошлом народа или человечества в целом. На примере телепрограмм Казахского телевидения выявлены качественные характеристики телевизионных проектов, призванных продвигать национальные ценности. Даны рекомендации по обогащению содержания телевизионных передач, имеющих культурную и историческую проблематику. К примеру, такие как обращение особого внимания на выдержанность жанрового своеобразия, тематическую целостность, контент, и подбор подходящего музыкального сопровождения и видеоряда. Сегодня, в эпоху глобализации, большая обеспокоенность проявляется в связи с проявлением на телеэкранах национальной культуры на втором плане. Поэтому, теперь пропаганда и сохранение культурно-исторических ценностей являются ключевыми составляющими отечественного телевидения, благодаря которому молодежь, подрастающее поколение будет бережно относиться к национальным богатствам своей нации, к истории предков и плодам их труда. Практическая ценность и новизна результатов исследования заключаются в его вкладе в осмысление эффективности реформ в области телевидения в Республике Казахстан.

Ключевые слова: средства массовой информации, телепрограмма, медиакультура, национальные традиции, культура, информационный контент.

Есенбекова Ұ.М.

филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор,
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана қ., e-mail: ultmudde@mail.ru

Бұқаралық коммуникация құралдарының халықтың рухани және мәдени мұрасын сақтаудағы рөлі

Мақалада ұлттық дәстүрлерді қалпына келтіру және сақтау үшін БАҚ мәдениетінің әлеуетін анықтау және зерттеу мәселелері қаралған. Автор болашақ ұрпаққа халықтың немесе адамзаттың мәдени және тарихи мұрасы туралы ақпарат беру мүмкіндігін зерттейді.

Қазақ теледидары бағдарламаларының мысалында ұлттық құндылықтарды насихаттауға арналған тележобалардың сапалық сипаттамалары анықталды. Телевизиялық бағдарламалардың мазмұнын мәдени және тарихи тұрғыдан байытуға арналған ұсыныстар жасалды. Мысалы, бағдарламалардың жанрлық ерекшеліктеріне, тақырыптық тұтастыққа, контентке ерекше көңіл бөліп, олардың сақталуын бақылап, үйлесімді музыкалық сүйемелдеуді және сапалы бейнематериалдарды іріктеп алу. Қазіргі таңда, жаһандану дәуірінде, ұлттық мәдениетті насихаттайтын көріністердің саны теледидар экрандарында азаюы үлкен алаңдаушылық тудырады. Сондықтан, мәдени мен тарихи құндылықтарды насихаттау және сақтау отандық теледидардың негізгі функциялары болып табылады. Осылайша, жастар мен өскелең ұрпақ өз ұлтының құндылықтарын ұмытпау, ата-бабалардың тарихы мен қалдырған ізіне өзгеше көзқараспен қарайтын болады. Зерттеу нәтижелерінің тәжірибелік құндылығы мен жаңалығы Қазақстан Республикасындағы телевизия саласындағы реформалардың тиімділігін зерделеуге қосқан үлесі деуге болады.

Түйін сөздер: БАҚ, теледидар бағдарламасы, медиа мәдениет, ұлттық дәстүрлер, мәдениет, ақпараттық мазмұн.

Ulbossyn M.Y.

candidate of philological sciences, associate professor, Eurasian National University. L.N. Gumilev, Kazakhstan, Astana, e-mail: ultmudde@mail.ru

The role of mass media in preserving spiritual and cultural heritage of the people

The aim of the article is to identify and study the potential of media culture as a source for the revival and preservation of national traditions. The author studies the possibility of transferring to future generations information about the cultural and historical past of the people or of humanity as a whole. On the example of the television programs of the Kazakh television, the qualitative characteristics of television projects designed to promote national values have been revealed. Recommendations are given for enriching the content of television programs with a cultural and historical perspective. To illustrate, they are: paying specific attention to the consistency of genre originality, thematic integrity, content; the selection of consistent music and video. Today, in the era of globalization, great concern is expressed at the manifestation of national culture on television screens in the background. Therefore, now the promotion and preservation of cultural and historical values are the key components of the domestic television, thanks to which young people, the younger generation will take care of the national wealth of their nation, the history of their ancestors and the fruits of their work. The practical value and novelty of the research results lie in its contribution to understanding the effectiveness of the reforms in the field of television broadcasting in the Republic of Kazakhstan.

Key words: mass media, TV program, media culture, national traditions, culture, information content.

Современная культура, и прежде всего медиакультура является мощнейшим инструментом воздействия на коллективное сознание крупной зрительской аудитории и даже населения страны в целом. Именно современное телевидение и другие СМИ влияют на предпочтения, цели, образ жизни, самоидентификацию и нравственно-моральные ценности людей. Тем более актуальной в эпоху глобализации, международной интеграции, англоизации, урбанизации и «отрыва от национальных корней» после обретения Республикой Казахстан независимости становится проблематика национальной идентичности в целом и сохранения традиций и обычаев, национальной культуры и ее пропаганды в частности (Ашимбаев С., 1993, Абдеев Р.Ф., 2014).

В этой связи телевидение как поставщик информационного и развлекательного контента может воздействовать на аудиторию и позитивно, и негативно в зависимости от политики конкретной телекомпании, от общеполитического вектора развития страны и даже от требований цензуры. Так, применительно к национальной проблематике есть опасность того, что национальное будет отодвигаться на второй план, что редакционная политика будет ориентирована на нивелирование национальных различий. При этом проявления национальной культуры, например, таких как язык, национальный костюм, фольклор, обряды, ремесла и прочее, могут позиционироваться на телеэкране как устаревшие, смешные, немодные, не вызывающие уважения (Валиди З., 1996, Ноэль-Нойман, 2003).

С другой стороны, они могут позиционироваться как вызывающие уважение и интерес, привлекательные, яркие, интересные для гостей страны, наполненные глубоким духовным содержанием, как культурно-исторические ценности, своей оригинальностью и аутентичностью внесшие вклад в мировую культуру (Азаматов Д.М., 2002, Айзенк Г. Ю., 1999).

В начале девяностых годов прошлого столетия казахстанское телевидение и радио претерпели целый ряд глубинных реформ. Перед ними были поставлены новые, нелегкие задачи: выполнять общественно-полезную функцию, защищать общенациональные интересы, принимать во внимание запросы различных слоев многонациональной республики, соответствовать самым строгим этическим стандартам, быть политически неангажированным, а также эффективно и четко передавать населению суть государственной политики. То есть во главу угла было поставлено качество информации (Малик Е.Н., 2007, Конюхова Т.В., 2005, Андреев С. С., 1996).

В той или иной степени, всякое информационное сообщение или произведение культуры перекликается с историей народа, в том числе с современной. В рассмотренной продукции современной телекультуры, в частности – телевизионной, наблюдается интенсивное осмысление событий древности и средневековья: в основном, со времен Тюркского каганата до XV века. Однако телепередачи, демонстрирующие такую перекличку или напрямую являющиеся опытом осмысления национальной истории,

представляются рядовому зрителю трудными для понимания, скучными. Им не удается долго удерживать интерес зрителя (Бязрова Дж. Б., 2001, Ермаков Ю. М., 1995).

В них не ставятся вызывающие интерес и любопытство вопросы. Вместо этого с экрана звучат заученные, избитые фразы, сопровождающиеся монотонным чтением текста и клише, констатирующими, какими были наши предки. Такая практика чревата тем, что создает неверные, искаженные представления о национальной и мировой истории, о своем месте в ней и месте народа, к которому принадлежит. Например, кочевники, набеги которых опустошали пастбища и деревни оседлых народов, нередко воспринимаются как воинствующие дикари. И редко кто вспоминает о том, что эти же самые народы, например, печенеги из низовьев р. Сырдарья, создавали лучшие образцы человеческой материальной и выдающиеся образцы духовной культуры (Среднерусский вестник общественных наук, 2014, Косиченко А.Г. 2008, Валитов О. К., 1999).

Национальные богатства казахов – язык, верования, все, что объединяется понятием культуры – преодолели тернистый путь в ходе истории, но по-прежнему отражают самое главное – душу народа. Без них невозможно духовное обновление нации и надежда на будущее. Поэтому перед человечеством во все времена стоит главная задача: воспитать здоровое, сознательное потомство, способное продолжить дело отцов и дедов, прожить честно, строить гармоничный мир, насыщенный не только материальными, но и духовными ценностями. Развитие детей невозможно без опоры на культурно-исторические ценности. Активная пропаганда и сохранение национальных традиций означает, что молодежи будет привито бережное отношение к истории предков и плодам их труда. Означает, что в ребенке будет воспитываться высокодуховная личность, четко соотносящая себя со своей нацией (Варакута С. А., 2003, Васильев А., 2010).

В процессе культурно-исторического развития люди приспосабливаются к окружающей среде и требованиям эпохи, поэтому обычаи и традиции, охраняемые силой общественного мнения, постепенно меняются. Это касается и образа жизни, и мировоззрения, и правил поведения, и пересмотра истории. В этом аспекте элементы национального прошлого приобретают новую значимость, так как традиции тесно связаны с психологией и их динамика зависит от динамики развития общества (Грачев Г. В., 2003).

Таким образом, Казахскому телевидению рекомендуется более внимательно относиться к тому, как показано историческое прошлое, с каким подтекстом подаются ценности и достижения народной культуры. Кроме того, рекомендуется обращать внимание на тематическую целостность, выдержанность жанрового своеобразия, композиционные особенности не только отдельной телепрограммы, но и цикла телепередач в целом. Необходимо тщательно подбирать музыкальное сопровождение и видеоряд, так как любая мелодия или видеофрагмент иллюстрирует, дополняет, объясняет основную мысль, то сообщение, которое хотят передать авторы телепроекта (Грехнев В. С., 2003).

Отечественное телевидение должно удовлетворять как материальные, так и духовные потребности зрителей, это очевидно. В этой связи основной становится задача представить те культурно-исторические ценности, которые большинство зрителей в реальной жизни не видело и не увидит, но желает этого. Зритель хочет путешествовать вместе с ведущими и режиссерами. Содержательная программа путешествия в конце должна подвести зрителя к нужным размышлениям и итоговому выводу (Брайант Дженингс, 2004, Казахстанская правда, 1994).

В годы Перестройки казахская национальная культура столкнулась с определенными трудностями при отражении национального наследия на телеэкранах. Несмотря на это, именно тогда была создана телепрограмма «Тайбурыл» благодаря талантливым тележурналистам С.Байхонову и С.Жанболатову. Не лишним будет отметить, что они пошли на некоторый риск, поэтому телепрограмма получила в обществе определенный резонанс.

Как эти примеры, так и рассмотренный цикл подтверждают, что в любые времена создавать медиапродукт достаточно нелегко, так как речь идет о национальной проблематике. Особенно это верно для тех программ, которые предполагают горячие дебаты или глубокую аналитику. Это нелегко, т.к. велик риск услышать обвинения в шовинизме или национализме (Денисов В., 2000, Зеленко Б. И.).

Все вышеприведенные примеры медиаконтента «идут в ногу» с международными усилиями по продвижению и сохранению национального культурного наследия разных народов, особенно малых, а также национальных меньшинств. Подобные инициативы

призваны быть своего рода противовесом глобализации и англоизации общества. Безусловно, доминирование чуждой культуры (языка и т.п.) было характерно для многих обществ в разное время. Например, французского языка в России в XIX веке. Однако лучшие люди во все времена подчеркивали необходимость борьбы за свое, за национальное, за сохранение своих корней (Bimber B., 2005, Назаров М.М., 2004, Диденко Б., 1997).

Борец за независимость тюркских народов Валиди в своем прощальном письме бакирскому народу призывал, не смотря ни на что, обучать детей родному языку, развивая их потенциал для того, чтобы они стали грамотными техническими специалистами или учеными. Одновременно с этим он призывал защищать религию, не видя противоречий с развитием науки. С его точки зрения, религия и язык являются именно теми двумя элементами, что лежат в основе всякой нации. Валиди предсказывал, что народ не раз испытает на себе самые изощренные способы, целью которых является лишение этноса этих основ. Он призывал действовать в рамках закона, но, если иначе защита родного языка и верований невозможна, то допустимым он считал и тайную борьбу в обход закона (Сиберт Ф. С., Шрамм У., 2005, Социология власти, 2005).

Продвижение национальных традиций, обычаев, искусства казахской нации с целью формирования национального самосознания в наши дни требует применения новых информационных технологий. В медиакультуре Казахстана мы имеем пример успешного или не всегда успешного использования новых технологий для создания образа своей страны, для передачи национальной компоненты культуры, для формирования национальной идентичности (Закатнова А., 2002, Засурский Я. Н., 1995). Связано это не столько с техническими аспектами, сколько с выявленными качественными характеристиками медиаконтента, такими как соблюдение специфики выбранного жанра, системность, логичность, информативность, образность, композиционная выдержанность,

вспомогательный иллюстративный материал, историческая полнота, опора на научные и исторические факты и т.п. (Зеблук Н. Г., 2001)

Сагатхан Ашимбаев писал о том, что, оглядываясь в прошлое, мы прогнозируем будущее. Нужно не смеяться над ушедшими, а перенимать у них положительное, не повторяя ошибок. В этой связи телеэкспедицию «Шелковый путь» следует продолжать, уделяя, по мере возможности, пристальное внимание вышеуказанным качественным характеристикам, чтобы сформировать в сознании будущих поколений неискаженные представления о своей родине, народе, его историческом прошлом и настоящем (Grossman L.K., 1995, Еляков А. Д., 2003).

Следует отметить и еще один момент. Созданные на материале национальных обычаев и народного традиционного быта, сами такие телепередачи, рассматриваемые нами, уникальны. Они отражают культуру, становятся также одним из ее памятников, создают наследие телевидения. Поэтому так важно не уничтожать традиционные национальные телепрограммы, а развивать их, внося изменения в медиакультуру в целом. Возрождать лучшее, избегать подражания и насильственного навязывания мнений или идеологий (Нуриев М.А., 2011, Жалда Д., 1999, Жеребкин М. В., 2001). Потребность в телепередачах, связанных с историко-культурной спецификой казахского народа, безусловно, велика в наше время. Чтобы ее удовлетворить, работникам отечественных СМИ крайне необходимо много совершенствоваться в своих практических навыках, тщательно изучая духовные и материальные ценности казахской культуры.

Перспективными в этой связи представляются дальнейшие исследования особенностей современного медиадискурса, посвященного национальной проблематике, с расширением рамок отдельных тематических телециклов до рамок телешоу, новостей и аналитических программ и с привнесением междисциплинарной компоненты: рассмотрением медиадискурса в сфере политтехнологий и прочих видов влияния на массовое сознание.

Әдебиеттер

- Абдеев Р.Ф. (2014) Философия информационной цивилизации / Р. Ф. Абдеев. – М.: Наука, – 241 с.
 Азаматов Д.М. (2002) Философский взгляд на проблемы власти / Д.М.Азаматов. – Уфа: изд-во БГУ. – 122 с.
 Ajzenk G. (1999) Struktura lichnosti : per. s angl. / G. YU. Ajzenk. M.: KSP +; SPb.: YUventa. – 194 s.
 Андреев С. С. (1996) Информационная культура: уровень содержательности духовных ценностей / С. С. Андреев // Соц.-полит. науки. – № 2.

- Ашимбаев С. (1993) Парасатка куштарлык. – Алматы: Жазушы. – с.46.
- Васильев А. (2010) Диалоги о возможном: письма об открытом обществе / А. Васильев. – М.: Рудомино. – 353 с.
- Bimber B. (2005) The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. V. 31. – С. 246.
- Brajant Dzhennings. (2004) Osnovy vozdejstviya SMI / Brajant Dzhennings, Tompson Suzan // per. s angl. M.: Izdatel'skij dom «Vil'yams». s.148.
- Byazrova Dzh. B. (2001) Progress. Chelovek. Svoboda / Dzh. B. Byazrova // Filosofiya i obshchestvo. – № 1. – С. 76-86.
- Validi Z. (1996). Sohranyajte yazyk. Kazhskaya literatura, 9 aprelya. – s.68.
- Valitov O. K. (1999) Deyatel'nost' SMI v manipulirovanii soznaniem, psihikoj cheloveka i ego sposobnostyami k myshleniyu i vospriyatiyu / O. K. Valitov // Vestn. Bash. gos. un-ta. – № 1. – s.352.
- Valkov A. A. (1996) Ideya natsii v svete russkoj social'no-filosofskoj mysli / A. A. Val'kov. Volgograd. – s. 267.
- Варакута С. А. Связи с общественностью / С. А. Варакута, Ю. Н. Егоров. -М.: ИНФРА-М, 2003. 256 с.
- Denisov V. (2000) Dialektika svobody: kriterii i priority: Problema ierarhii prav cheloveka / V. Denisov // Filosofiya i obshchestvo. – № 4. – s. 452-456.
- Didenko B. (1997) Hishchnaya vlast' / B. Didenko. – М.: Informaciya. – 230 s.
- Духовная культура современного российского общества: состояние и тенденции формирования: (материалы «круглого стола») // Социология власти. – 2005. – №3. – с. 25-54.
- Еляков А. Д. (2003) Современная информационная революция / А. Д. Еляков // Социол. исследования. – № 10. – с.42.
- Ермаков Ю. М. (1995) Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия / Ю. М. Ермаков. Екатеринбург. – 83 с.
- Zhalda D. (1999) Politicheskaya kul'tura sredstv massovoj informacii kak faktor razresheniya sovremennyh mezhehtnicheskikh konfliktov: dis.kand. filos. nauk/D. Zhalda. M.- 346 s.
- Жеребкин М. В. (2001) Трансформация российского общества: специфика, процесс, будущее / М. В. Жеребкин. М. – 56 с.
- Закатнова А. (2002) Союз журналистов России предлагает новую политику для СМИ / А. Закатнова // Новая газета. – 2 февр. – с.42.
- Засурский Я. Н. (1995) Журналистика в политической структуре общества / Я. Н. Засурский. – М.: Знание. 126 с.
- Zeblyuk N. G. (2001) Industriya upravlyaemoj informacii / N. G. Zeblyuk. – М.: Mysl. – 255 s.
- Zelenko B. I. (2003) Partii i vybory v sovremennoj Rossii / B. I. Zelenko. – М.: Sovremennaya ehkonomika i pravo, 2003. – 40-45 s.
- Грачев Г. В. (2003) Приемы и техника манипулятивных воздействий в массовых информационных процессах / Г. В. Грачев, Л. К. Мельник // Проблемы информационно-психологической безопасности. – М. – с. 26-54.
- Grekhnnev V. S. (2003) Social'naya filosofiya kak forma znaniya i poznaniya / V. S. Grekhnnev // Filosofiya i obshchestvo. – № 3. – s. 150-156.
- Grossman L.K. (1995) The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. N. Y. – с.163.
- Konyuhova T.V. (2005) Fundamental'noe issledovanie//Vliyanie SMI na massovoe soznanie v informacionnom obshchestve. – №3. – с.71.
- Косиченко А.Г. (2008) Национальная идея как фактор консолидации казахстанского общества// Содержание и мобилизующий потенциал общенациональной идеи: материалы научно-теоретической конференции, посвященной 60-летию доктора философских наук, профессора, зав. отд. Института философии и политологии МОН РК А.Г. Косиченко. / Сост.: А.Н.Нысанбаев, А.Г.Косиченко. – Алматы: Ин-т философии и политологии МОН: с.49-57.
- Косовский В. (2014) О вреде телевидения, специально для данной статьи. – Киев. 15-23 с.
- Малик Е.Н. (2007) Влияние средств массовой информации на политическую активность молодежи в современной России: особенности, перспективы оптимизации. – Орел. – 216 с.
- Назаров М.М. (2004) Медиа и власть в современной России. // Социально-гуманитарные знания. – № 1. – С. 26-31.
- Казахстанская правда (1994) Настала пора говорить не только о качестве товаров, но и о качестве информации. 146, 17 сентября: 1-2. – с.63-72.
- Noehl-Nojman. (2003) Obshchestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniya. – s.156.
- Nuriev M.A. (2011) Perspektivy razvitiya nacional'nogo vospitaniya. Pedagogicheskie nauki. T. 3. Metodicheskie osnovy vospitatel'nogo processa. – s.254.
- Mansurova N.S. (2003) Informacionnaya sreda i razvitie obshchestva. – М.: Progress-Akademiya. – s.196.
- Sibert F. S., SHramm U., Piterson T. (2005) CHetyre teorii pressy. – М.: VAGRIUS. – 224 s.

References

- Abdeev R.F. (2014) Filosofiya informacionnoj civilizacii [Philosophy of Information Civilization] / R. F. Abdeev. M.: Nauka, – 241 s.
- Azamatov D.M. (2002) Filosofskij vzglyad na problemy vlasti [Philosophical view on the problems of power] / D.M.Azamatov. Ufa: izd-vo BGU. – 122 s.
- Ajzenk G. (1999) Struktura lichnosti: per. [Structure of personality] / G. YU. Ajzenk. M.: KSP +; SPb.: YUventa. – 194 s.
- Andreev S. S. (1996) Informacionnaya kul'tura: uroven' soderzhatel'nosti duhovnyh cennostej [Information culture: the level of content of spiritual values] / S. S. Andreev // Soc.-polit. nauki. – № 2.
- Ashimbaev S. (1993) Parasatka kushtarlyk [Passion for sanity] Almaty, ZHazyshy. – s.46.

- Vasil'ev A. (2010) Dialogi o vozmozhnom: pis'ma ob otkrytom obshchestve [Dialogues about a possible: letters about an open society] / A. Vasil'ev. M.: Rudomino. – 353 s.
- Bimber B. (2005) The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. V. 31. – c.246.
- Brajant Dzhenningz. (2004) Osnovy vozdejstviya SMI [Fundamentals of media exposure] / Brajant Dzhenningz, Tompson Suzan // per. s angl. M.: Izdatel'skij dom «Vil'yams». s.148.
- Byazrova Dzh. B. (2001) Progress. Chelovek. Svoboda [Progress. Human. Freedom] / Dzh. B. Byazrova // Filosofiya i obshchestvo. – № 1. – S. 76-86.
- Validi Z. (1996). Sohranyajte yazyk [Save your language] Kazhskaya literatura, 9 aprelya. – s.68.
- Valitov O. K. (1999) Deyatel'nost' SMI v manipulirovanii soznaniem, psikhikoj cheloveka i ego sposobnostyami k myshleniyu i vospriyatiyu [The activities of the media in manipulating the mind, the human psyche and its ability to think and perceive] / O. K. Valitov // Vestn. Bash. gos. un-ta. – № 1. – s.352.
- Valkov A. A. (1996) Ideya natsii v svete russkoj social'no-filosofskoj mysli [The idea of a nation in the light of Russian social and philosophical thought] / A. Val'kov. Volgograd.- s.267.
- Denisov V. (2000) Dialektika svobody: kriterii i priority: Problema ierarhii prav cheloveka [Dialectics of freedom: criteria and priorities: The problem of the hierarchy of human rights] / V. Denisov // Filosofiya i obshchestvo. – № 4. – s. 452-456.
- Didenko B. (1997) Hishchnaya vlast' [Predatory power] / B.Didenko.M.:Informaciya.-230 s.
- Elyakov A. D. (2003) Sovremennaya informacionnaya revolyuciya [Modern Information Revolution] / A. D. Elyakov // So-ciol. issledovaniya. -№ 10. – s.42.
- Ermakov YU. M. (1995) Manipulyaciya lichnost'yu: smysl, priemy, posledstviya [Manipulation of the person: meaning, techniques, consequences] / YU. M. Ermakov. Ekaterinburg. – 83 s.
- Grachev G. V. (2003) Priemy i tekhnika manipulyativnyh vozdejstvij v massovyh informacionnyh processah [Techniques and techniques of manipulative influences in mass information processes] / G. V. Grachev, L. K. Mel'nik // Problemy informacionno-psihologicheskoy bezopasnosti. M. – s. 26-54.
- Grekhnev V. S. (2003) Social'naya filosofiya kak forma znaniya i poznaniya [Social philosophy as a form of knowledge and knowledge] / V. S. Grekh-nev // Filosofiya i obshchestvo. – № 3. – s. 150-156.
- Grossman L.K. (1995) The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. N. Y. – c.163.
- Konyuhova T.V. (2005) Fundamental'noe issledovanie/Vliyanie SMI na massovoe soznanie v informacionnom obshchestve [Fundamental research // Influence of mass media on mass consciousness in the information society] / №3. – s.71.
- Kosichenko A.G. (2008) Nacional'naya ideya kak faktor konsolidacii kazhstanskogo obshchestva [National idea as a factor of consolidation of Kazakhstan society] // Sost.: A.N.Nysanbaev, A.G.Kosichenko. – Almaty: In-t filosofii i politologii MON: s.49-57.
- Kosovskij V. (2014) O vrede televideniya, special'no dlya dannoj stat'i [On the harm of television, especially for this article] / Kiev. s.15-23.
- Malik E.N. (2007) Vliyanie sredstv massovoj informacii na politicheskuyu aktivnost' molodezhi: osobennosti, perspektivy optimizacii [Influence of mass media on political activity of youth: features, prospects of optimization] / Orel. – 216 s.
- Nazarov M.M. (2004) Media i vlast' v sovremennoj Rossii [Media and power in modern Russia] // Social'no-gumanitarnye znaniya. – № 1. – c. 26-31.
- Kazhstanskaya pravda (1994) Nastala pora govorit' ne tol'ko o kachestve tovarov, no i o kachestve informacii [It's time to talk not only about the quality of goods, but also about the quality of information] / Almaty, 146, 17 sentyabrya: 1-2. – s.63-72.
- Noehl-Nojman. (2003) Obshchestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniya [Public opinion. Opening the spiral of silence] / M., s.156.
- Nuriev M.A. (2011) Perspektivy razvitiya nacional'nogo vospitaniya [Prospects for the development of national education] / Pedagogicheskie nauki. T. 3. Metodicheskie osnovy vospitatel'nogo processa. – s.254.
- N.S Mansurova (2003) Informacionnaya sreda i razvitie obshchestva [Information environment and society development] / M.: Progress-Akademiya. – s.196.
- Sibert F. S., SHramm U., (2005) CHetyre teorii pressy [Four Press Theories] / M.: VAGRIUS. – 224 s.
- ZHalda D. (1999) Politicheskaya kul'tura sredstv massovoj informacii kak faktor razresheniya sovremennyh mezhehtnicheskikh konfliktov [The political culture of the media as a factor in resolving contemporary interethnic conflicts] / dis.kan.fil.nauk/D.ZHalda. M. – 346 s.
- ZHerebkin M. V. (2001) Transformaciya rossijskogo obshchestva: specifika, process, budushchee [Transformation of Russian society: specificity, process, future] / M. V. ZHerebkin. M. – 56 s.
- Zakatnova A. (2002) Soyuz zhurnalistov Rossii predlaet novuyu politiku dlya SMI [The Union of Journalists of Russia proposes a new policy for the media] / A. Zakatnova // Novaya gazeta. – 2 fevr. – s.42.
- Zasurskij YA. N. (1995) Zhurnalistsika v politicheskoy strukture obshchestva [Journalism in the political structure of society] / YA. N. Za-surskij. – M.: Znanie. 126 s.
- Zeblyuk N. (2001) Industriya upravlyaemoj informacii [Managed Information Industry] / N.Zeblyuk. M.: Mysl. – 255 s.
- Zelenko B. I. (2003) Partii i vybory v sovremennoj Rossii [Parties and elections in modern Russia] / B. I. Zelenko. – M.: Sovremennaya ehkonomika i pravo. 40-45 s.

2-бөлім
АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

Раздел 2
МИР ИНФОРМАЦИИ

Section 2
WORLD OF INFORMATION

Шыңғысова Н.Т.¹, Жәйлібек Қ.², Негізбаева М.О.³

¹эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.

²магистрант, эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

³эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: marlanonneg@gmail.com

**МЕМЛЕКЕТТІК САЯСАТ БАСЫМ БАҒЫТТАРЫ ЖҮЙЕСІНДЕГІ
ЕЛ ИМИДЖІНІҢ ҚАЛЫПТАСУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Мемлекеттік имидждің құрылымы кез келген заманауи мемлекеттің алдында тұрған стратегиялық тапсырма екендігі анық. Имидждің әсерлі екенінің көрінісі елдің экономикалық және мәдени дамуының деңгейін, табысты саясаттың мемлекет ішінде де, сыртында да бейнесі, айнасы іспеттес. Көп жағдайда әлемдік сахнада қарым-қатынас жетістігінің көрсеткіші болып табылады. Жағымды имидж ішкі және сыртқы нарықта бәсекеге қабілеттілікті арттырады. Социумның рухани өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін қайта бағалау күрделі. БАҚ тек ақпарат көзі ғана емес, сонымен қатар қоғамдық пікір және тұлғаның адамгершілік-дүниетанымдық көзқарасын қалыптастырады. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары ел имиджін қалыптастыруда елеулі рөл атқарады. БАҚ тек ақпарат көзі ғана болып қоймай, сонымен қатар халықаралық мәселелерде ықпал етуші күшке айналып отыр. Мақалада елдік имиджді қалыптастыру мәселесі бәсекеде басымдық беретін маңызды стратегиялық ресурс ретінде қарастырылады. Қазақстанның әлемдік саясаттағы рөлі, ел имиджі қазіргі таңдағы халықаралық жағдайларды мысалға келтіре отырып, сарапталады. Еліміздің ішкі имиджі мәселесіндегі ақпараттық PR-қолдаудың қолданылуы мен маңызы талданады.

Түйін сөздер: ел имиджі, бұқаралық ақпарат құралдары, бұқаралық коммуникация, халықаралық жағдай, жаһандық саясат, БҰҰ.

Shyngyssova N.T.¹, Zhaylbek K.², Negizbayeva M.O.³

¹Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.

²magistrant, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

³Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: marlanonneg@gmail.com

Features of the country image's formation as a priority direction of state policy

The formation of a favorable image of the country is a state strategic task. The country's image is a mirror reflection of economic and cultural prosperity, an indicator of the effectiveness of the state's indicator of the effectiveness of internal and external policy of the state. Promotes the strengthening of international relations, it serves as an indicator of the state's competitiveness in the global arena. The role of mass media in the spiritual life of society is unconditional. The media are not only a means of conveying information, but also form public opinion and the worldview of the individual. Besides, the mass media play a certain role in the process of formation the country image. The media are not spread the information only, but also participate in the regulation of international relations. The article defines the mass media as a strategic resource in the development of the country image. The role of Kazakhstan in world politics, the image of the country in solving international problems are determined. Also designated PR-technologies in the development of the internal image of the country.

Key words: country image, mass media, mass communication, international relations, foreign policy, UN.

Шыңғысова Н.Т.¹, Жайлыбек К.², Негизбаева М.О.³¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.²магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,³Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: marlanonneg@gmail.com**Особенности формирования странового имиджа как приоритетного направления государственной политики**

Формирование благоприятного имиджа страны – государственная стратегическая задача. Имидж страны является зеркальным отражением экономического и культурного благосостояния, показателем эффективности внешней и внутренней политики государства. Способствует укреплению международных отношений, служит показателем конкурентоспособности государства на мировой арене. Безусловно роль средств массовой информации в духовной жизни социума. СМИ являются не только средством передачи информации, но и формируют общественное мнение и мировоззрение личности. Кроме того, средства массовой информации играют ключевую роль в формировании имиджа страны, становятся участником регулирования международных отношений. В статье масс-медиа определяются как стратегический ресурс в развитии странового имиджа. Несомненна роль Казахстана в мировой политике, значим имидж страны в решении международных проблем. Также обозначены PR-технологии в развитии внутреннего имиджа страны.

Ключевые слова: страновой имидж, средства массовой информации, массовая коммуникация, международные отношения, внешняя политика, ООН.

Ел имиджі халықаралық байланыстардың дамуына ықпал ететін фактор. Ұзақ мерзімді имидждік стратегия мемлекетке әлемдік деңгейде танымал болуға, инвестиция тартуға мүмкіндік береді. Елдің жағымды имиджін қалыптастыру оңай емес. Тауар, қызмет немесе ұсынатын идея да әлемдік деңгейге сай болуы тиіс.

Мемлекетке имидж не үшін қажет? Қазіргі таңдағы халықаралық жағдайға шолу жасасақ, бұл сауалдың маңыздылығы арта түседі. Бүгінгідей аумалы-төкпелі заманда әлем халқы үміт пен үрейдің құшағында отырғаны белгілі. Соғыстан көз ашпаған мемлекеттерде тыныштық орнаса, ат құйрығын кесіскен мемлекеттер бір-бірімен татуласып, тізе қосса деген тілек бәрінің де көкейін теседі. Дін атын жамылған терроршы-экстремистер, содыр-бүлікшілер, халықаралық жанжал оты тұтануы мүмкіндігі алаңдатуда. Қазіргідей бәсекелестік заманында бәсекеге қабілеттілік таныту да күн тәртібінен түспейді. Жаһандық саясатта күрделі бетбұрыстар, қарулы қақтығыс, соғыс-ұрыстар болып тұратындығы жасырын емес. Кейбір елдердің дүрдараздығы араздыққа ұласып жатыр. Мысыр төңкерістен теңселіп тұрса, Сирия әлі үрей құшағында. Ауғаныстан мәселесі де күн тәртібінен жойылған жоқ.

Қазақстан – әлемдік қауымдастықтардың белді мүшесі, өзіндік пікірі қалыптасқан, жаһандық саясатта айтарлықтай рөлге ие мемлекет. Сириядағы қақтығыстарды реттеу мақсатында Астана пікірталас алаңын да ұсынып отыр. Былтыр басталып, биыл жалғасын тапқан Астана

процесі Сирия жөніндегі бейбіт бастамаларға жол ашпақшы. Жиында мүдделі тараптар қырғи-қабақ соғысты тоқтатып, арадағы келіспеушіліктерді реттеуге атсалысуда. Бұған әсіресе, Брюссельдегі Еуроодақ өкілдері зор сеніммен қарайды. Кәрі құрлық өкілдерінің айтуынша, елордада біраз мәселенің түйіні тарқап, бейбітшілікке жол ашылады. Әсіресе, Сириядағы соғысты тоқтатуға бағытталған Женева келісімі тиімді жүзеге асуы тиіс. ЕО Сыртқы істер жөніндегі жоғарғы өкілі Федерика Могеринидің айтуынша, мүдделі тараптар бір келісімге келіп, нақты шешімдер қабылдауы мүмкін. Астанадағы пікір алаңы арқылы қазіргі жағдайды жақсартуға мүмкіндік бар. Сондай-ақ ол Сирия жөніндегі келіссөздер көктемге қарай жалғасып, Брюссельде тағы бір келелі кеңес өтетінін жеткізді. Сол арқылы тараптар бітімге келіп, қырғи-қабақ соғыс біржола тоқтатылмақ. Осылайша, Қазақстан әлемде бейбіт өмір орнатуды көздейтінін білдіріп отыр. Қазақстанның бұл миссиясы жағымды имиджін қалыптастыруға ықпал етті.

Қазақстан Біріккен Ұлттар Ұйымының Қауіпсіздік кеңесінің 2017-2018 жылдардағы тұрақты емес мүшесі ретінде бірнеше басымдыққа мән беріп отыр. Қауіпсіз, әділ және өркендеген әлем құру үшін жаһандық әріптестікті нығайту жөніндегі Қазақстанның тұжырымдамалық көзқарасында жеті негізгі бағыт айқындалған. Қазақстан Кеңесте барлық мүше мемлекеттермен бірге көрсетілген маңызды бағыттар бойынша әділ және саяси конъюнктурасыз, жауапты, байыпты және сындарлы

түрде жұмыс жасауға ниетті. Қазақстан маңызды мақсат – ХХІ ғасырда қауіпсіз, әділ және өсіп-өркендеген әлем қалыптастыруға қол жеткізу жолындағы өзінің бастамалары әріптестері тарапынан қолдау табады деген сенімде.

Елдік имиджді қалыптастыру мәселесі бәсекеде басымдық беретін маңызды стратегиялық ресурс ретінде қарастырылады. Осы орайда әлемдік аренадағы Қазақстан тарапынан айтылып жатқан идеялар назарға ілігуде. Қаңтар айындағы Елбасының АҚШ-қа сапары Қазақстанның БҰҰ-ның Қауіпсіздік кеңесіне төрағалық ету уақытымен тұспа-тұс келді. АҚШ-қа сапары кезінде Елбасы әріптесі Дональд Трамппен әлемдік саясаттан бастап, Орта Азиядағы ахуалды сөз еткен еді. Күнде терактіден көз ашпайтын Ауғаныстандағы жағдай да назардан тыс қалған жоқ. Нұрсұлтан Назарбаев АҚШ президентіне бұл мәселеге қатысты өз ойын білдіріп, Орта Азия мемлекеттерінің ұстанымын жеткізді. Тіпті Америкамен бірге бұл тақырыпқа қатысты келіссөздер өткізуді ұсынды. Президент Н. Назарбаевтың Солтүстік Корея мәселесіне орай тез әрі сындарлы шешім шығару жөніндегі ұсынысы да ұтымды. Халықаралық ұйым дүниенің кез келген қиырында тұтанған өртті өшіруге қауқары жеткенше тырысуда. Енді бұл іске Қазақстан да үлес қоса бастады. Қауіпсіздік кеңесінің отырысына арнайы келіп қатысқан Н. Назарбаев бұл жолы да күрмеуі қиын мәселелерді айтып қана қоймай, шешілу жолдарын жіліктеп жеткізді. Қаруды қойып, дипломатия тәсіліне көшу жолын ұсынды. Осы арқылы Ауғаныстан, Сирия, Таяу Шығыс пен тіпті Украинадағы қарулы қақтығысты тоқтатуға болады. Алайда ірі державалардың жасырын геосаяси мүдделері мен бір-біріне деген сенімінің жоқтығы келіссөздерді тығырыққа тіреп отыр. Елбасы әскери одақтарға бөлініп, дүниежүзінің жарыса қарулана бастағанын жақсылыққа баламады. Айталық, «Егер Иран мен Солтүстік Кореяны біржақты етпесе, қырып-жоятын қару террористердің қолына өтіп кетуі мүмкін», – деді Н. Назарбаев. Қазақстанда Сириядан кейін енді Солтүстік Кореяның ядролық қаруына қатысты келіссөздер өтуі мүмкін. Нью-Йорктегі Біріккен Ұлттар Ұйымының Бас кеңсесінде сөз сөйлеген Н. Назарбаев әлемге араағайындық танытуға дайын екендігін білдіріп, осындай ұсыныс тастады. Мемлекет басшысының айтуынша, адамзат 2045 жылға қарай барлық негізгі мәселелерді, әсіресе қақтығыс ошақтарындағы проблемаларды шешуі тиіс.

Нұрсұлтан Назарбаев БҰҰ Бас Ассамблеясының мінберінен еліміздің мемлекеттік ті-

лінде алғаш рет сөз сөйленгеніне тоқталды. «Менің мемлекеттік тілдегі сөзім, оның Ұйымдағы барлық ресми алты тілге ілеспе аударылуы да жақсы нышан болды», – деді Мемлекет басшысы.

Ел имиджін қалыптастыруда бұқаралық ақпарат құралдары елеулі рөл атқарады. БАҚ көмегімен саяси оқиға мен адам құндылықтары туралы көзқарас қалыптасады. Әлемдік БАҚ Елбасының сөйлеген сөзін жарыса жазып жатты. Астананың Вашингтон үшін стратегиялық маңызын атап өтті. «ABC», «CNN» телеарналары, «Ассошиэйтед пресс», ТАСС секілді ақпарат агенттіктері үздіксіз хабар таратып отырды.

«Нұр Отан» партиясының Саяси талдау және стратегиялық зерттеулер орталығы ұсынған дерекке сәйкес, Google іздестіру жүйесінде «Қазақстан» және «Назарбаев» тегтері бойынша қаралымдардың ең жоғары деңгейі қос мемлекет басшысының ресми кездесуі мен баспасөз конференциясы өткен 17 қаңтар күні тіркелген. Ағылшын тіліндегі ақпараттың жалпы саны – 939 мың. Орыс тілінде 1 млн 970 мың материал табылды. Оқырманға ой салатын тұщымды талдаулар мен авторлық бағандар The Hill, Huffingtonpost, Foxnews, Washingtonpost, Wall Street Journal, The Daily Caller, USA Today, CNN, The New Yorker, US News, Forbes, The Statesman, The Diplomat, Pulse Nigeria, Radio Free Europe, Anadolu, Белрынок, Украина Центр, Газета.ru, Lenta.ru, РИА Новости сияқты басылымдар мен интернет ресурстарында жарияланды (Дүйсен К, 2018). Шетелдік БАҚ-тар Қазақстанға посткеңестік кеңістіктегі елдер арасында ең стратегиялық және экономикалық маңызды мемлекет деген баға берді.

Биыл Назарбаев 1992 жылдан бері АҚШ-қа жетінші рет ресми сапармен барды. Осы кезде мемлекет басшысы Америка Құрама Штаттарындағы алпауыт компаниялардың басшыларымен, инвесторлармен кездесіп, елге инвестиция тартудың амалын қарастырды. Жалпы Нұрсұлтан Назарбаевтың Дональд Трамппен кездесуінен екі тараптың ынтымақтастықтың жаңа сатысына қадам жасағанын аңғаруға болады. Бұл ел имиджіне оң ықпал еткені даусыз.

Мемлекет имиджінің қалыптасуы мен құрылымының ерекшелігі әлемдік кеңістікте соңғы онжылдық тенденцияда үлкен қызығушылық тудыруда. Нұрсұлтан Назарбаевтың БҰҰ Қауіпсіздік кеңесінде баяндама жасауы – еліміздің әлемдік қоғамдастық тарапынан мойындалғанының айқын бір көрінісі. Қауіпсіздік кеңесінің тұрақты емес мүшелігіне Орталық Азия мемлекеттерінің ішінде бірінші болып сайланғанын ескерсек, мұ-

ны Қазақстанның сыртқы саясаттағы үлкен жеңісі деуге болады. Сыртқы мемлекеттің халқы арасында сол мемлекет туралы пікірі маңызды, ол саяси көшбасшының қарым-қатынасына тікелей әсерін тигізеді. Инвесторлар мемлекеттің қалыптасқан имиджіне қарай инвестиция салынған көрсеткішін зерттеп, ел аумағына жаңа бизнес әкелетінін ұмытпау керек. Мемлекет имиджінің спецификасына сүйене отырып, келесідей заңдылықты атап өткен дұрыс – мемлекеттің ішкі және сыртқы саясат деңгейі жергілікті халықтың сұранысы мен қызығушылығын қанағаттандыру деңгейіне сәйкес келіп, жоғары болса, халықаралық сахнада да мемлекет имиджі жағымды болады. Мемлекеттің сыртқы саясат қызметінің деңгейлеріне байланысты мемлекет имиджі анықталады.

Тарихи құндылықтардың сақталуы, мәдени дәстүрлер, бизнес және инновациялар, білім беру деңгейі сияқты факторлар да елдің имидждік деңгейін көрсетеді. Сыртқы саясатқа сондай-ақ, елдің ұлттық брендингі, мәдени тамыры мен дипломатиялық іс-әрекеті де ықпал етеді.

Біздің еліміз өзінің табысты даму моделі арқылы тұрақтылық, бейбітшілік пен келісімнің қаншалықты маңызды екендігін көрсетті. Қазіргі әлемде барлық дамыған мемлекеттер, бұл – біртұтас ұлт. Олар бір экономикалық, саяси және мәдени алгоритммен өмір сүреді, оларды дамудың жалпы мақсаты, тұлғаның табысы, мемлекеттің күшімен, табысымен тығыз байланысты деген бір түсінік біріктіреді. Қазіргі таңда бұқаралық ақпарат құралдарының ұлтаралық және конфессияаралық келісімді дін және мәдениет диалогын, жастарға патриоттық тәрбие қалыптастырудағы ерекше рөлі маңызды.

Енді еліміздің ішкі имиджі мәселесіне тоқталайық. Қазақстандық БАҚ-тың маңызды миссиясының бірі – оқиғаны сауатты бағалап, азаматтықтың мәнін жоғары дәрежеде түсінуге ықпал ету, мемлекеттік құрылыстың табысты тәжірибесін көрсете білу. Бұқаралық ақпарат құралдарының толеранттық, конфессияаралық төзімділік пен өзара құрметті қалыптастыруға ықпал ету деңгейі мен факторларын анықтау қажет.

Президент Н. Назарбаев өзінің еңбектері мен Жолдаулары, Бағдарламаларында мемлекеттік идеологияның негізгі концептілерін айқындады. Елбасы Тәуелсіздікке арналған салтанатты жиында халықтың баға жеткісіз жеті мұрасын атады. Оларға: Мәңгілік ел, халық бірлігі, жергілікті мәдениет және туған тіліміз, индустриялық-инновациялық экономика, жалпыға бір-

дей еңбек қоғамы, еліміздің астанасы – Астана, жаһандық жауапкершілік және бастамалар жатады (Назарбаев Н, 2006). Бұл келісім мен бірліктің қажеттілігін азаматтардың санасына сіңіретін мемлекеттік идеология жүйесі екендігінде дау жоқ.

Мемлекеттік идеология, ұлттық идея, Қазақстанның тарихи даму жолы, тұрақты мемлекет, конфессияаралық және ұлтаралық келісім, дамудың стратегиялық бағыты еліміздің ұлттық идеясы болып табылады.

Демократия мен саяси плюрализмге бейімділік танытатын түрлі шетелдік мемлекеттердің тәжірибесін назарға алсақ, мемлекетпен қатар жалпыұлттық идеялық-рухани құндылықтар әртүрлі әлеуметтік институттарды қалыптастырып, қолдайды. Ал мемлекет тек белгілі бір идеологиялық-насихаттық функцияларды атқарады. Ал Қазақстанда мемлекеттен басқа ешбір институт түрлі факторларға байланысты берілген міндеттерді атқаруға қабілетсіз. Түрлі мемлекеттік ұйымдар мен БАҚ мемлекетке идеологиялық жұмыстар жүргізу барысында идеялық-саяси құндылықтарды бұқараға тек жеткізумен шектеледі. Көптеген бұқаралық ақпарат құралдары аталған функцияны мемлекеттік әлеуметтік және ақпараттық тапсырыстар аясында атқарады.

Соңғы жылдардағы көптеген оқиғалар мәдени-өркениеттік айырмашылықтар мен қазіргі әлемдегі этникааралық қарым-қатынастың күрделілігін көрсетті. Сондықтан журналистер, сарапшылардың қатысуымен болатын әртүрлі форматтағы шараларда мәдениетаралық диалогтың қажеттілігі өсе түсті. Жаһандану мәселесін шешудегі БАҚ-тың ақпараттық саясатының идеялық өзегі гуманизм және демократизм болуы керек.

Бүгінде қоғамның мүдделері мен қажеттіліктері саяси, экономикалық, әлеуметтік, бизнес және қызметтің өзге де түрлерімен тығыз байланысты. Мұндай жағдайда табыстың маңызды факторы PR-коммуникациялар мен ақпарат болады. PR әлеуметтік-коммуникативтік технология ретінде мемлекеттік басқарудың қажетті әрі маңызды функциясына, мекеме мен басқарудың маңызды стратегиялық элементіне айналды. Тәуелсіздік таңы атқалы бері Қазақстан мемлекеттің сыртқы имиджі концепциясын қолға алды. Осы орайда мемлекеттік PR-дың қажеттілігі артады. PR-үдерістер мемлекеттік бағдарламалардың тиімді жүзеге асуына ықпал етеді. Ұлттық бағдарламаларды PR-қолдау мемлекеттік басқару жүйесіндегі ақпараттық саясатпен тығыз байланысты. Ақпараттық

қолдау билік пен қоғамның өзара қызметіне ықпал етуші маңызды факторлардың бірі.

Ақпараттық PR-қолдаудың қолданылуы мемлекеттік басқару мен жергілікті өзін-өзі басқарудың тиімділігін, экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда, оның шаруашылықтың әлемдік жүйесімен ықпалдасу мүмкіндігін арттыруда маңызды рөл атқарады. Ақпараттық PR-қолдаудың нәтижесі азаматтардың еркін ақпарат іздеу, өндіру және тарату, алу және ақпарат беру құқығын қамтамасыз ету барысында демократияның дамуында құқықтық, ұйымдастырушылық және технологиялық жағдай жасаудан көрінеді (Пашенцев Е.Н.) (Пашенцев Е.Н., 2000). Елдік имиджді қалыптастырудың, мемлекеттік саясатты ақпараттық қолдаудың күшті құралы бұқаралық ақпарат құралдары. Қазақстандық мемлекеттік идеологияны PR-қолдау коммуникацияның стратегиялық, жүйелік және ықпалдастық жаңа деңгейіне шығуы тиіс. Қоғамның дамуындағы әлеуметтік-экономикалық және саяси өткір қарама-қайшылықтарды бірге шешу үшін азаматтарды, азаматтық қоғамның өкілдерін, коммерциялық және саяси ұйымдарды тарту үшін ақпараттық салаға ықпал етудегі мемлекеттің мүмкіндігін ескеріп, ұзақ мерзімді сипатқа ие болуы тиіс.

Қазіргі таңдағы жағдайға қарай отырып, мемлекеттік идеяны сапалы PR-қолдау ұлттың саяси біліміне, патриоттық көңіл-күйіне байланысты екендігін айтуға болады. Мәселен, АҚШ-тың президенті мен саяси басым бағыттары өзгерсе де, мемлекеттік ақпараттық саясаты өзгермейді. Ақпараттық саясатының мақсаты бұрынғыша ақпараттық инфрақұрылымдардың дамуындағы ақпараттың маңыздылығын сақтау, халықаралық қоғамдық пікірге ықпал етіп, өзге елге үлгі ретінде «америкалық өмір сүру салты» құндылығын тарату болып қалады. Қазақстан Республикасы мемлекеттілігінің даму жылдары бүтіндей дәуірге тең. Осы күрделі әрі мақтаныш сезіміне толы жылдары қазақстандықтар қазақ халқының тәуелсіздік туралы көп ғасырлық арманын жүзеге асырды. Әлем Қазақстанды әлеуеті жоғары, жауапкершілігі зор және сенімді, өркениетті ел ретінде таныды.

«Геосаяси дағдарыс жағдайында Елбасы Жолдауларында жаңа экономикалық саясат, индустриялық, энергетикалық және әлеуметтік инфрақұрылымдарды, шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту, халық белсенділігін арттыру сияқты жаһандық міндеттер қойылды» (Стрельцов А.А., 2009). Елдің жағымды образын қалыптастыру қазақстандық қоғамды жаңғыр-

тудағы негізгі міндет. Бұл бірнеше жағдайлармен байланысты. Ең алдымен, мемлекет образы – бұл күрделі әрі жан-жақты феномен. Оның дамуына көптеген факторлар ықпал етеді. Мемлекет образы бұл азаматтардың билікпен, сондай-ақ мемлекетпен саяси, әлеуметтік, мәдени қарым-қатынасы. Екіншіден, Қазақстан – жас мемлекет. Үшіншіден, Қазақстан Республикасының жағымды образын қалыптастыру сыртқы саяси аспектілерімен қатар, ішкі саяси мәселелер де бар.

«Қазақстанның ұлттық мүдделерін өрлету үшін республика көп бағытты сыртқы саясатты жүзеге асыру керек. Қазақстан барлық үдемелі халықаралық бастамаларды қолдап, жаһандық қауіпсіздікке өзінің үлесін қосу керек. Қазіргі кезде азаматтар нақты әрі сенімді ақпарат алу үшін түрлі дереккөздерді пайдаланып, сарапшылардың пікірлерін талдай білуі, әртүрлі ақпарат көздеріне сүйеніп, өз пікірін ой елегінен өткізе білуі, белсенді өмірлік позициясы болуы керек. Егер саяси жағдайды сараптайтын болсақ, келесідей қорытындыға келуге болады: елдің имиджін қалыптастырудағы басты нәрсе бұл елдің ақпараттық-коммуникативтік кеңістігіндегі позициялануы» (Назарбаев Н.Ә., 2015). Елбасы Н. Назарбаев мемлекеттің ұлттық саясатының негізгі принциптерін қалыптастырды: Қазақстан халқының бірлігі, толеранттық және жауапкершілік, этникалық, конфессионалдық, мәдени және тілдік көптүрлілік. Идеология елімізге өзінің құрылуының барлық кезеңінде қажет, себебі ол елдің әлемдік сахнада танылуына ықпал етеді.

Бүгінде Қазақстанда билік, қоғам және БАҚ арасында жаңа қарым-қатынас орнату, құндылықтарды қайта бағалау үдерісі жүруде. Қазақстан осы орайда әлемдік ақпараттық қоғамдастыққа ықпалдасу және демократияландыру жолымен жүрсе азаматтық қоғамның институттары қалыптаса бастайды.

Ғылыми-техникалық және өнеркәсіптік әлеуеті дамыған, мәдени-ағартушылық деңгейі жоғары қоғамда PR-коммуникациялар да тиімді болады. Дамыған мемлекеттегі PR-технологиялар саяси, әлеуметтік, экономикалық және мәдени позициялардың күшеюіне мүмкіндік береді, әлемдік қоғамдастыққа жаһандық ақпараттық бақылау жасауға жол ашады. Идеологиялық бағыттағы ақпараттық қолдау алдын ала жоспарланады. Қандай аудиторияға қай уақытта ықпал ету қажеттілігі, ақпараттық сала мен қоғамдық пікірге ықпал ететін БАҚ мүмкіндігі ескеріліп, жүйелі, ұзақ мерзімді стратегия жасалады.

Елбасы сананы жаңғыртудың бүтіндей қоғаммен бірге әрбір қазақстандыққа тиесілі бірнеше бағытын ұсынды: бәсекеге қабілеттілік; Прагматизм; ұлттық бірегейлікті сақтау;

білім мәдениеті; Қазақстанның революциялық емес, эволюциялық дамуы; сананың ашықтығы. Журналистердің осы бағдарламаға қатысты өз міндеттері мен миссиясын түсінуі маңызды.

Әдебиеттер

- Вылегжанин Д.А. (2008) Введение в политическую имиджеологию. – М.: Изд-во «Флинта». – 136 с.
- Гравер А.А. (2012) Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского гос-го ун-та. №3 (19).
- Гринберг Т.Э. (2006) Политические технологии: PR и реклама. – М.: Аспект-Пресс. – 317 с.
- Дүйсен К. (2018) Әлемнің назары – Қазақстанда: шетелдік БАҚ көзімен // Айқын. 22 қаңтар. – 7 б.
- Политическое имиджеология (2006) / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. – М.: Аспект Пресс. – 400 с.
- Назарбаев Н. (2006) Казахстанский путь. – Караганда: Арко. С.6.
- Назарбаев Н.А. (2015) «Казахстан – 2050»: цели, вызовы, новая экономическая и молодежная политика: [Электронный ресурс].
- Негизбаева М.О., Дудинова Е.И., Шыңғысова Н.Т. (2017) Казахстанский путь: научный анализ стратегии, интегративной миссии и методов информационной поддержки. – Алматы: Қазақ университеті. – 126 с.
- Назаров М.М. (2000) Массовая коммуникация в современном мире. – М.: УРСС.
- Пашенцев Е.Н. (2000) Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики // Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом. – 2-е изд. – М.: Финпресс.
- Почепцов Г.Г. (2004) Имиджеология. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер.
- Стрельцов А.А. (2009) Государственная информационная политика: основы теории. – М.: МЦНМО. – С.47
- Чеботарев А. (2013) Система идеологической работы в Казахстане: особенности и механизмы // Казахстан в глобальных процессах. Научное издание. – №1 (35).
- Шестопал Е.Б. (2008) Образы государств, нации и лидеров. – М.: Аспект Пресс.
- Шишкина М.А. (2002) Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., Изд-во Паллада-медиа СЗРЦ Русич.

References

- Chebotarev A. Sistema ideologicheskoy raboty v Kazahstane: osobennosti i mehanizmy // Kazahstan v global'nyh processah. Nauchnoe izdanie. [System of ideological work in Kazakhstan: features and mechanisms// Kazakhstan in global processes. Scientific publication.] – 2013. №1 (35).
- Duisen K., Alemnin nazary – Kazahstanda: sheteldik BAK kozimen. [The attention of the world - in Kazakhstan: through the eyes of foreign mass media] // Aikyn. 22 January, 2018. – 7 p.
- Graver A.A. Obraz, imidzh i brend strany: ponjatija i napravlenija issledovaniya // Vestnik Tomskogo gos-go un-ta. - 2012. - №3 (19). [Image and brand of the country: concepts and directions of research // Magazine of Tomsk State University]
- Grinberg T.JE. Politicheskije tehnologii: PR i reklama. [Political technologies: PR and advertising] M.: Aspekt-Press, 2006. – 317 p.
- Nazarbaev N. Kazahstanski put' [The Kazakhstan way]. Karaganda: Arko, 2006. S.6.
- Nazarbaev N.A. «Kazahstan – 2050»: celi, vyzovy, novaja jekonomicheskaja i molodezhnaja politika: [JElektronnyj resurs] [“Kazahstan - 2050”: goals, challenges, new economic and youth policy: [Electronic resource]]. – 2015.
- Nazarov M.M. Massovaja kommunikacija v sovremennom mire. [Mass communication in the modern world] M.: URSS. 2000.
- Negizbaeva M.O., Dudinova E.I., Shyngysova N.T. Kazahstanskij put': nauchnyj analiz strategii, integrativnoj missii i metodov informacionnoj podderzhki. [Kazakhstan way: scientific analysis of strategy, integrative mission and methods of information support] Almaty: Kazak universiteti, 2017. – 126 p.
- Pashencev E.N. Pablik rilejshnz: ot biznesa do politiki (Public relations: from business to politics) // Marketing i menedzhment v Rossii i za rubezhom. [Public Relations: From Business to Politics // Marketing and Management in Russia and Abroad]– 2-nd izd.-M.: Izd.: Finpress. – 2000.
- Politicheskoe imidzheologija / [Political imageology] Pod.red. A.A. Derkacha, E.B. Perelyginoy i dr. M.: Aspekt Press, 2006. – 400 p.
- Pochepcov G.G. Imidzheologija. [Political imageology] M.: Refl-buk, K.: Vakler, 2004.
- Strel'cov A.A. Gosudarstvennaja informacionnaja politika: osnovy teorii. [State information policy: the basis of the theory.]– M.: MCNMO. – 2009. –47 p.
- Shestopal E.B. Obrazy gosudarstv, nacji i liderov. [Images of states, nations and leaders] – M.: Aspekt Press, 2008.
- Shishkina M.A. Pablik rilejshnz v sisteme social'nogo upravlenija. [Public relations in the system of social management] SPb., Izd-vo Pallada-media SZRC Rusich, 2002.
- Vylegzhanin D.A. Vvedenie v politicheskiju imidzheologiju. [Introduction to Political Imageology] M.: Izd-vo «Flinta», 2008. – 136 p.

Myssayeva K.

PhD, Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

HOW DATA JOURNALISM CHANGING NEWSROOMS IN KAZAKHSTAN

This study examines how data journalism Changing newsrooms in Kazakhstan. Internet plays a significant role as a modern communication tool in Kazakhstan. The analysis examines whether the process of changing and establishing newsrooms and media as an influence of the new informational technology. Key to this effort was establishing the Digital Journalism and Data Journalism as a revolution in communications technology is clearly changing the media style, and it has created a highly competitive environment for those who provide news and information to the public. At the time of independence an overwhelming majority of Kazakhstani media changed from traditional to online, which remains strong today. Interviews were conducted with key members of Kazakhstani media industry to learn the role of data journalism in establishing and changing the newsrooms. The author of this study are discussed in detail the utility and its implications of the role of data journalism in the modern newsrooms in Kazakhstan.

Key words: Internet, Data Journalism, Digital Journalism, communication technology, Kazakhstan.

Мысаева Қ.

PhD, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,
e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

Қазақстанда деректер журналистикасы редакцияларды қалай өзгертуде

Бұл мақалада Қазақстандағы деректер журналистикасы ақпарат құралдары қызметін қалай өзгертетіні жайлы қарастырады. Қазақстанда Интернет заманауи коммуникациялық құрал ретінде маңызды рөлге ие. Зерттеуде жаңа ақпараттық технологиялар дамуының медиаға ықпалы талданады. Сандық және деректер журналистикасының қалыптасуы мен дамуына коммуникациялық технологиялардың әсері ақпарат тарату құралдары арасында жоғары әлеуетті бәсекелік ортаны қалыптастырудан көрінеді. Тәуелсіздік алған жылдардан бері қарай көптеген қазақстандық БАҚ дәстүрлі ақпарат тарату моделінен онлайндық жүйеге көшуді мақсат етуде. Зерттеуде қазақстандық медиаиндустрия жетекшілерімен деректер журналистикасының рөлі мен редакциялардың қызметін өзгерту жайлы білу үшін арнайы сұхбат жүргізілген. Мақала авторы Қазақстандағы заманауи редакциялардағы деректер журналистикасының рөлі мен маңызын жан-жақты талдайды.

Түйін сөздер: интернет, деректер журналистикасы, сандық журналистика, коммуникациялық технологиялар, Қазақстан.

Мысаева К.

PhD, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

Как журналистика данных изменяет работу редакций в Казахстане

В исследовании рассматривается, как журналистика данных изменяет работу редакций в Казахстане. Интернет играет значительную роль как современное средство коммуникации в Казахстане. Анализируется процесс изменения и создания редакций и средств массовой информации в качестве влияния новой информационной технологии. Ключом к этим усилиям было создание цифровой журналистики и журналистики данных, поскольку революция в коммуникационных технологиях явно меняет стиль СМИ, и к тому же она создала высококонкурентную среду для тех, кто предоставляет новости и информацию общественности. Во время независи-

мости подавляющее большинство казахстанских СМИ изменилось с традиционного на онлайн, что остается и сегодня характерной чертой. Автор этого исследования подробно обсуждает полезность и значение роли журналистики данных в современных редакциях в Казахстане.

Ключевые слова: Интернет, журналистика данных, цифровая журналистика, коммуникационные технологии, Казахстан.

Introduction

In 1991 Kazakhstan became independent after the fall of the Soviet Union and began the process of changing and establishing newsrooms and media as an influence of the new informational technology. Key to this effort was establishing the Digital Journalism and Data Journalism as a revolution in communications technology is clearly changing the media style, and it has created a highly competitive environment for those who provide news and information to the public. At the time of independence an overwhelming majority of Kazakhstani media changed from traditional to online, which remains strong today. In order to accomplish this goal the new media requires that data journalism is used in at least 30% of all media takes the lead in this effort. Interviews were conducted with key members of Kazakhstani media industry to learn the role of data journalism in establishing and changing the newsrooms. Interviewees were passionate about changing the newsrooms through using data bases, but the dominance of traditional and regional media environment continue to present roadblocks. The number of Kazakhstani who go online has grown significantly in Kazakhstan over the past few years, increasing from a penetration rate of 18 percent in 2009 to almost 73 percent in 2015, according to the International Telecommunication Union (ITU) (<http://bit.ly/1cblxxY>). Official figures showed some variation. In September 2014, officials claimed that internet penetration had exceeded 75 percent (<http://bit.ly/1Zlc3Xf>), though in early 2016 the government's estimate stood at 72.9 per cent (<http://bit.ly/29IIP15>). The Ministry of Investments and Development reported that 82.2 percent of households had an internet connection as of January 2016. The number of mobile and fixed-line broadband connections reached 10.2 million and 2.1 million users respectively (<http://bit.ly/29xF7tX>).

The mobile phone penetration rate grew to 187 percent in 2015, according to the ITU (<http://bit.ly/1cblxxY>). According to Budde, a telecommunications research and consultancy site, overall mobile subscriber growth rates have declined due to market consolidation, reaching around 31 million subscribers in 2016. Mobile broadband penetration

rates reached 61 percent in the same period (bit.ly/1Qic4TS).

In the mass media, there are trends that are manifested in a sharp increase of information flows, the emergence of new independent media, media organizations, new members of the information process, the emergence of electronic newspapers, Web-publications in the formation of the new information markets and services. The information market in Kazakhstan is experiencing rapid growth in the development of communication technology. The rate of growth of a new communication mass media show how great the demand for information services. The cellular market is actively developing in the country, more 32 million users of mobile telephony (the population of Kazakhstan – 17 million).

There is a rapid growth of Internet users in Kazakhstan. Thus for the period from 2000 to 2003 years their number increased by 200% annually. From 2000 to 2009 the number of Internet users in Kazakhstan has increased from 70 thousand to 2.3 million people (an increase of 30 times). By the end of 2007 the number of Internet users reached 1 million 800 thousand people. By 2010, the number of Internet users has increased to 3.5 million people. According to the Ministry of Communication & Information of RK at the beginning of 2011 there were 4 300 000 million Internet users in the country. At the beginning of 2012 there were 8,7 million Internet users in Kazakhstan, at the end 2013 – more 10 million.

Now the new communication technology is rapidly developing and, in particular, social networks all over the world, and Kazakhstan is not an exception. According to Asset Uaissov, Head of Services' Automation Unit under Ministry for Information and Communication of the Republic of Kazakhstan, registration in the database provides an opportunity to use all the functions provided by m-Gov. In particular, m-Gov services are implied and Citizens' Mobile Database of Kazakhstan has 2 million users (http://egov.kz/cms/en/news/mobile_database).

According to J'son & Partners, at the end of 2013 the penetration of mobile Internet in the country was 69%. And by the end of 2014 already 72% of households had used one of the types of wireless access to the network, with 27% preferring high-

speed mobile communications. According to the research of the portal Kolesa.kz, up to 20% of users come to sites from mobile devices - smartphones or tablets. The distribution of operating systems is approximately equal - 42-43% for Apple and Android (<https://ru.sputniknews.kz/society>). Given this feature, it is important for brands to immediately plan the adaptation of advertising and sites for viewing from small but such numerous screens of tablets and telephones

As these new technologies have taken hold, providing many new avenues for obtaining news and information, the overall media landscape has been drastically altered. As a result, new patterns of news consumption are emerging and the core audiences for traditional news outlets are steadily diminishing.

In addition what interests the Kazakhstan users in the network? According to TNS media consumption analysis, the Internet is usually used to work with e-mail, search for information and view news. And among young people under the age of 25 and up to 35 this figure is even higher, in these age groups 91% and 85% of Kazakhstanis respectively use smartphones. On average, there is 2.1 connected to the Internet per one Kazakhstanian device. According to the results of the study, Kazakhstanis use their smartphones for different types of activities - the most popular are watching online video (47%), social networks (46%) and information retrieval (41%) (<https://ru.sputniknews.kz/society>).

The survey showed that 86% of Kazakh Internet users are on-line daily. In this indicator, age groups of up to 25 and up to 35 years are again leading. Among the participants in the study of online users under the age of 25, 93% use the Internet daily, 94% at the age of 25-34 (<https://ru.sputniknews.kz/society>). Men, women and people of all races are equally likely to use a cell phone in Kazakhstan.

According to the SimilarWeb rating, the most popular sites in Kazakhstan are social networks (Vkontakte, Odnoklassniki, Facebook), search engines (Google, Yandex), Mail.ru portal, and YouTube video hosting. However, in the top 10 favorite sites of the country include representatives of other categories. For example, the 8th place is occupied by the Chinese trading platform AliExpress, 9 - the local auto portal Kolesa.kz, a closes the rating of the service of exchange of photo and video content Instagram. While the Internet as a whole is used for leisure, but soon you should expect to add to the ranks of frequently used sites of personal services - from buying tickets to out-of-office banking.

Men, women and people of all races are equally likely to use a cell phone in Kazakhstan. The first ca-

ble television network in the country was established in the late 1980s. Currently in the territory of the Republic there are 146 network operators of cable TV which offer services mainly in regional centers and major cities across the country. There is a rapid development of cable television system, where over 100 channels are given to users of this type of broadcasting. In March 2003, the Association of Cable TV operators was created in Kazakhstan.

According to experts, the market of pay-TV in Kazakhstan is growing annually by 15-20%.

Kazakhstan is actively implementing new information technologies in the media. The vast territory of the country also contributes to the development of satellite TV - television without borders. The Kazakhstan cosmodrome "Baikonur" - center for launching rockets is a great help in this direction. Thanks to satellite TV system "Zharyk" ("Light"), it became possible to transfer TV shows from the northern and southern capitals in all regions of Kazakhstan, as well as cover the part of Russia, Uzbekistan, China and Mongolia by the peripheral broadcasting. Also a new ground transmitting station, which increases the potential for commercial broadcasters in the coverage across the country, was established jointly with Australian firm in the republic. In July 2011, the second Kazakhstanian satellite "KazSat-2" was launched which will provide the republic with satellite communication and digital television and radio broadcasting. This satellite is intended for domestic broadcasting and telecommunication. And with the launch of "KazSat-3" in 2013, the republic will not depend on foreign communication operators. Kazakhstan will allocate 24 billion tenge for the establishment of the third satellite in 2011-2013 (*TRC Khabar*) (<http://www.eurasiamonitor.org/rus/>).

The program of formation of "electronic government" was approved by Presidential Decree in November 10, 2004. Its goal is the construction of enterprise information system across the country. In October 13, 2006 the Government approved the Programme for Bridging Digital Divide in Kazakhstan for 2007-2009. Currently, the state program "electronic government" is being implemented in Kazakhstan, which takes place in two stages: first - the information, the second - interactive. Web portal "e-government" was launched which brings together as a single window all the Internet resources of state agencies (<http://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P070001355>).

In 2006, under the leadership of the Agency for Informatization and Communication, Kazakhstan launched the first information phase of electronic

government (EG). Web portal "EP" in three languages: Kazakh, Russian and English were launched in all the local administrations, government departments. A system of electronic record between government agencies was implemented. Currently, agencies have begun implementing the second phase of EP - interactive. Almost all the akimats and the Ministries have virtual reception of citizens. Visitors will be able to download the necessary documentation, to introduce with the legislative framework, to get addresses of various agencies.

Expanding media space refreshes the social climate in the society. So, the comparative analysis of the characteristics of media consumption in Kazakhstan, conducted by the Public Foundation "Strategy" (December 2010 - December 2011) under the "Eurasian Monitor" showed that the most popular media is the TV, it is in every house, 91% of respondents love to watch TV programs in Kazakhstan, 22% of respondents read the newspaper nearly every day. The high level of demand in the country are among mobile phones - 86% of respondents, the possession of computers (including laptops) - 52%, but the access to the Internet - 35% of respondents who have a computer, the connection rate to satellite TV - 29%, to a cable TV connected a third of the respondents. To the question: "What are the sources of information you would use to learn about developments in the political, economic and cultural life?" - 64% of Kazakhstani said that they would use domestic TV. 34% of Kazakh respondents more often look for information in local newspapers and magazines than people in the other countries of the CIS (Commonwealth of Independent States). But Kazakhstani are more active in the use of television channels than people in other post-Soviet countries (<http://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P070001355>).

From a relatively new media, as the present opinion poll shows (sample 1.100 - 2.000 people) mobile phones have a high consumption. Computer and Internet have become quite popular types of media, but the rate of growth in consumption and the coverage are not yet significant. The tendency of growth is influenced by a range of factors, which include: the level of urbanization, the level of material well-being of the population, the level of telephones, and the general cultural level of development of the country, etc. National TV and print media are in the lead of media consumption, in the popularity rating of Kazakhstan media. In Kazakhstan, more than in other CIS countries, the foreign and the Russian mass media, especially television are in high demand. And also people are more interested in international events. Over

60% of respondents in the country insist that the main sources of information obtained by them are the domestic media. As noted by PF "Strategy": "people of Kazakhstan showed a relatively high level of activity in cognitive processes, which is reflected in the high level of consumption of various media. Kazakhstani people can meet their interest through various modern communication tools, giving preference to those that are more common and economically acceptable to them. Priority in the selection was given to Kazakh media, foreign, mainly Russian mass media play rather complementary role (<http://www.eurasiamonitor.org/rus/>).

The growth of new media has seen over the last few years. There is a process of merging in the converged media holdings. New network publishers, new players of media market have appeared in the country. Recently, the ceremony of awarding the first reputation prize "Expert on-line - 2011" was held for the first time in the country, where the Institute for Media standards together with the Internet Association of Kazakhstan supported the idea of active promotion of experts in the Internet. Now research activity of experts in the field of new media will be annually held in the country.

The rapid spread of new media has influenced on the socio-cultural environment, changing the living environment of people. Information and communication technologies of XXI century led to a significant modification of the Internet, mobile telephony, which has strengthened their interactivity, engaging consumers directly in the cultural space. Contemporary cultural content is distributed through various media channels, which are characterized by a particular way of media production, migration of genres, formats, convergence, and the specifics of perception and consumption. Sometimes, this socio-cultural content is created not only by professional media, but the blogosphere, civil (public) journalism. The audience becomes complicit in cultural production, supplementing professional media field through efficiency, accessibility, interactivity, blurring the boundaries between production and consumption, between work and free time, between amateur and professional sphere.

According to Kazakhstan Ministry of Communication and Information created websites for regional print media reports Tengrinews.kz. "An ambitious goal of KazContent is to launch 150 or at least 100 websites by the end of this year. The main objective of the project is to increase the level of Kazakhstan citizens' information awareness" said manager of KazContent Dinara Zhakudina (<https://en.tengrinews.kz/internet/>).

The spread of new media has led to the transformation of traditional and emergence of new forms of audio-visual and textual experience, new forms of communication, cultural, social, individual perception and consumption of information through new media. Now the Internet and its technologies have become space for everyday communication, space for social and cultural relations of the population, habitat of the modern citizen.

Currently, there is a qualitative change of the activity of media development in the country due to the rapid introduction of new data base, the increased competition from the Russian media, the emergence of new broadcasters, telecom operators in the country and the gradual transition to digital broadcasting standards.

New socio-economic and technological conditions required a new mechanism for the coordination of information development in the country. The state's role in this process increases as the organizing, governing and legislative body, with

the cooperation and increasing involvement of the private business sector, civil society organizations.

Kazakhstan has developed the communication model, the state programs of which, such as "E-government", "Information of Kazakhstan-2020", "Intellectual Kazakhstan-2020", "The intellectual potential of the country", "Programme for the development of digital broadcasting of RK for 2008-2015", "Development of IT industry in the country", and many others will be included in the national strategy "Kazakhstan-2050". The creation of information society, the society of knowledge in the country is based on the historical, social, cultural, intensive economic development under the influence of new generation of information and communication technologies (ICT), new mass communications, coupled with the globalization of markets and increased competition. Not only the material, but also information and cultural values, based on how to use data journalism are the driving force of the modern society development.

References

- Akamai, "Average connection speed," map visualization, State of the Internet, 2015, <http://bit.ly/1WRjumM>
- International Telecommunication Union, "Percentage of Individuals Using the Internet," 2000-2015, <http://bit.ly/1cblxxY>.
- Beeline, Press Release, [in Russian] November 02, 2015, bit.ly/1TmtPYT.
- "Committee for state control over communications, information and mass media established in Kazakhstan," [in Russian], Tengrinews.kz, <http://bit.ly/29n3lSi>.
- "Internet audience of Kazakhstan: User portrait and preferences," [in Russian] Forbes.kz, July 28, 2015, bit.ly/1RFwrzM.
- International Telecommunication Union, "Mobile-cellular telephone subscriptions, 2000-2015," <http://bit.ly/1cblxxY>.
- "Internet audience of Kazakhstan: User portrait and preferences," [in Russian] Forbes.kz, July 28, 2015, bit.ly/1RFwrzM.
- "Kazakhtelecom secured its prevalence," [in Russian] Forbes.kz, October 20, 2015, bit.ly/1U5opRn.
- "Kazakhstan's second-tier mobile operators merge to enter the premier league," [in Russian], Digital.Report, November 05, 2015, bit.ly/216k5U1.
- "Kazakhstan - Telecoms, Mobile and Broadband," Budde, December 09, 2015, bit.ly/1Qic4TS.
- Kazakhtelecom, "Results of activity in 2015," Press release, February 02, 2016, bit.ly/1PXAFli.
- "Kazakh regulator to determine the registry of .kz zone," [in Russian] Digital.Report, March 7, 2016, <http://bit.ly/24LccG7>.
- "Kazakhstan introduced new rules for public points of internet access," [in Russian] Digital.Report, March 16, 2016, <http://bit.ly/1S3t3Nw>.
- "Nazarbayev ordered creation of the ministry of information and communication," [in Russian], Vlast.kz, May 5, 2016, <http://bit.ly/1STpRCH>.
- Nazarbayev, Nursultan. The main directions of domestic and foreign policy for 2004 year. Thought, 2003. №5. Public Foundation Strategy. <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>.
- Nazarbayev, Nursultan. The main directions of domestic and foreign policy for 2004 year. Thought, 2003. №5. Public Foundation Strategy. <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>.
- Official response to an electronic information request submitted to the eGov.kz portal, [in Russian] <http://bit.ly/29lIPi5>, accessed on July 9, 2016.
- "Operators are ready to introduce MNP..." [in Russian], Digital.Report, December 29, 2015, bit.ly/1PCibFs.
- Prime Minister of Kazakhstan Karim Massimov: Official Website, "DBK to finance the 4G network expansion project in Kazakhstan," press release, December 24, 2014, <http://bit.ly/1jfsYKD>.
- Regional print media to go online in Kazakhstan. <https://en.tengrinews.kz/internet/Regional-print-media-to-go-online-in-Kazakhstan-2933.20>. "Revenue of enterprises providing internet access by regions as of January 2015," [in Russian] Ranking, February 24, 2015, <http://bit.ly/1DNjp8a>.
- Statistical data of the Ministry of Investments and Development [in Russian], posted on February 5, 2016, accessed on July 9, 2016, <http://bit.ly/29xF7tX>.
- State Program on development of digital broadcasting in the Republic of Kazakhstan for 2008-2015 (2007):

<http://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P070001355>. Time, December 15, 2012.

“The number of Internet users has reached 12 million,” [in Russian] Kazinform, September 19, 2014, <http://bit.ly/1Zlc3Xf>.
2 million of people registered in Citizens' Mobile Database of Kazakhstan. Publish date: August 4, 2016 http://egov.kz/cms/en/news/mobile_database/.

The Public Foundation Strategy. <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>.

Мухамадиева Л.И.¹, Дудинова Е.И.²

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Larissa_2300@mail.ru

²Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ БАЗИС ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ДИЗАЙН» НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

Статья посвящена анализу основных положений и принципов культурологической основы отечественного дизайна. Авторы статьи очерчивают круг проблем образовательной концепции дизайнеров в рамках факультета журналистики, а также указывают потенциальные возможности развития данной специализации. К сожалению, современная издательская практика изобилует шаблонными дизайнерскими решениями, стереотипными разработками. Копии уже успешно опробованных медиапроектов штампуют отечественные дизайнеры. В результате казахстанский рынок медиадизайна испытывает дефицит оригинальных продуктов.

Цель данного исследования – изучение основополагающих методов, теорий, концепций, составляющих эстетическую природу специальности «Дизайн», культурологическую подготовку профессионала-дизайнера в рамках факультета журналистики.

В статье рассматриваются концепты, обозначающие специфику существования «золотого ядра» дизайнерской деятельности, смысловую наполненность всех направлений обучения, развивающих художественно-проектную сферу. Выявляется специфика конкретно отечественной модели дизайнерского образования и его креативное приложение к медиасфере. Авторы приходят к выводу, что педагогическая концепция специальности находится в динамике, не решен ряд вопросов по выбору приоритетов в процессе обучения: считать ли специальность сугубо оформительской, развивающейся автономно или непосредственно включенной в систему подготовки журналистов; какие зарубежные программы наиболее оптимально будут вписываться в потребности отечественного рынка и др.

Ключевые слова: культурологический базис, медиадизайн, школа дизайна, образовательная модель, закон золотого сечения, композиция, симметрия, технологический дизайн.

Mukhamadiyeva L.I.¹, Dudinova E.I.²

¹Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: Larissa_2300@mail.ru

²Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

Culturological basis of the educational concept of designers at faculty of journalism

Article is devoted to the analysis of basic provisions and the principles of a culturological basis of domestic design. Authors of article outline a circle of problems of the educational concept of designers within faculty of journalism and also specifies potential opportunities of development of this specialization. Unfortunately, publishing practice abounds with sample design decisions, stereotypic developments. Copies of already successfully tested media projects are stamped by domestic designers. As a result the Kazakhstan market of media design has deficiency of original products.

Objective of this research: studying of fundamental methods, theories, the concepts making the esthetic nature of specialty “design”, culturological training of the professional designer within faculty of journalism.

In article the concepts designating specifics of existence of “a gold kernel” of design activity, semantic fullness of all directions of training developing the art and design sphere are considered. Specifics

of specifically domestic model of design education and its creative annex to the media sphere come to light. Authors come to a conclusion that the pedagogical concept of specialty is in dynamics, the number of questions at the choice of priorities in the course of training isn't solved: whether to consider specialty of especially design, developing independently or directly included in system training of journalists; what foreign programs will fit most optimum into requirements of the domestic market, etc.

Key words: culturological basis, media design, school of design, educational model, law of golden ratio, composition, symmetry, technological design.

Мухамадиева Л.И.¹, Дудинова Е.И.²

¹әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Larissa_2300@mail.ru

²әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

Журналистика факультетінде дизайнерлерге білім берудің концепциялары және мәдени негіздері

Мақалада отандық дизайн жасау қағидалары мен ережелерінің мәдени негіздері талданады. Авторлар журналистика факультеті аясында дизайнерлерге білім беру барысында туындайтын мәселелердің ауқымын баяндаумен қатар осы мамандандықты дамытудың бағыты мен мүмкіншіліктерін көрсетеді. Өкінішке орай, баспа ісінде шаблонды және стереотипті дизайндық безендіру шешімдердің бір-біріне ұқсас дайындамалары жетіп-артылады. Отандық дизайнерлер өзара ұқсас медиа жобалардың көшірмелерін қайталап шығарып жатады. Нәтижесінде, нарықтық БАҚ-тарда ерекше дизайнмен безендірілген өнімдер жетіспейді және өте сирек кездеседі.

Бұл зерттеудің мақсаты: журналистика факультетінде білікті дизайнер мамандарын даярлауда негізгі дизайнерлік әдіс-тәсілдерді, теориялар мен тұжырымдамаларды, «Дизайн» мамандығының эстетикалық табиғатын зерттеу, кәсіби мәдениетін арттыру. Мақалада дизайнерлік мамандықтың мәдени аймағын дамыту, дизайнды оқытудың «алтын өзегі», безендірудің мазмұнды ерекшеліктерімен қатар басқа да түрлі бағыттары қарастырылған. Сондай-ақ, безендіру медиасферадағы креативті қосымша ретінде қарастырылып, отандық безендірудің нақты ерекше моделі қарастырылған.

Авторлар оқыту үдерісінде мамандықтың даму барысын, шешілмеген бірқатар мәселелерді, педагогикалық талаптарды талқылайды. Мамандықты нақты безендіру деп қарастыру керек пе, шетелдік бағдарламалардың ішкі нарықтың қажеттіліктеріне оңтайлылығы және т.б. мәселелерді талдайды.

Түйін сөздер: мәдени негізі, медиадизайн, дизайн мектебі, білім беру моделі, «алтын» тепеңдік заңы, композиция, симметрия, технологиялық дизайн.

Введение

Модель развития дизайна, культурологические алгоритмы обучения, как правило, выстраиваются, исходя из мирового опыта, классических традиций, фундаментальных социально-культурных установок. При этом каждая страна по-своему видит формообразующие и смылосоставляющие компоненты национальной школы дизайна, складывающиеся из культурных приоритетов общества, его ментальных установок, опыта проектной деятельности, в целом представления о прекрасном.

Само понятие дизайна представляется во многом размытым, многоаспектным. Трудно ухватить точную формулировку. Наверное, это происходит в силу того, что дизайн как сфера деятельности ориентирован на универсальность: способность дизайнера видеть во всех предметах, окружающих человека, построение, организацию формы (идеи по Аристотелю).

Например, предметный мир Древнего Египта, античности и средневековья принято считать протодизайном, вещи создавались с учетом их функциональных характеристик, были как бы продолжением тела человека. Признаком красивой вещи была ее полезность, утилитарность (Лаврентьев А. Н., 2007). Непосредственно школы дизайна ведут свою историю с конца XIX века, когда в Англии по инициативе талантливого художника Уильяма Морриса был создан союз «За связь искусств и ремесел». В это время сложились основные принципы дизайна, повлиявшие на контент, направления, стили будущих школ и академий. Следующий век стал триумфом промышленного дизайна. Современный период характеризуется новым витком развития дизайна, когда все нити художественно-проектного процесса находятся в руках дизайнера, а также возросшим интересом к его творческой, художественной, стилиобразующей составляющей, связанной с национальным искусством, проектными, экспериментальными

практиками, «борьбой форм прошлого, настоящего и будущего».

«Согласно последним данным, в мире существуют уже десятки тысяч разного рода школ дизайна. Только в Китае их численность превышает 1 тыс.; 340 колледжей и университетов ведут подготовку по специальности «Дизайн» в США; Совет высшего образования в искусстве и дизайне Британии (СНЕАО) объединяет около 70 учебных заведений, выпускающих специалистов данного профиля» (Княгинин В.Н., 2012).

Преобладают два типа подготовки дизайнеров. Первый, в свою очередь, включает два варианта. Дизайнеры-ремесленники, осваивающие технические направления и конкретные формы обучения мебельному искусству, декоративно-прикладному искусству, дизайну интерьера. Пример – французская школа Буля. Второй вариант, который олицетворяет, – Школа дизайна штата Род-Айленд (США) – готовит дизайнеров с широким художественным кругозором; ориентиром на сочетание в своей деятельности искусства, торговли и производства. Главные предметы обучения – рисунок, живопись, композиция.

Второй тип предполагает подготовку дизайнеров-инженеров в сети политехнических образовательных учреждений. Примером может служить английский Университет города Лидса. Есть еще один вариант подготовки, который распространен в Италии. Это «вид учебных заведений, сочетающих профессиональную подготовку студентов с творческой и научно-исследовательской работой» (Ковешникова Е.Н., 2014). Интересно, что «в этом своем качестве итальянская модель дизайна способствует обнаружению значительных гносеологических, и культуротворческих резервов и горизонтов дизайнерского проектирования как такового» (Курьерова Г.Г., 2006).

В казахстанской образовательной цепочке «от колледжа к университету» дизайн чаще всего рассматривается как «проектная художественно-техническая деятельность по разработке промышленных изделий с высокими, потребительскими свойствами и эстетическими качествами, по формированию гармоничной предметной среды жилой, производственной и социально-культурной сфер (<http://www.euk.kz/ru/abiturientu/nashi-spetsialnosti/i6>).

На факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби специальность «Дизайн» функционирует с 2012 года на базе кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искус-

ства – единственной в Казахстане, обучающей дизайну в разрезе редакторских искусств и медиа, готовящей не просто исполнителей, но творческих работников с креативным мышлением и видением новых идей, кардинальных изменений, происходящих в мире. За этот период сформировались определенная образовательная база, характеризующаяся стремлением состыковать зарубежные подходы «быстрого технического обучения» и отечественные наработки с «основательной искусствоведческой подготовкой». В учебный план специальности «Дизайн» правомерно включены курсы «История искусств», «Живопись», «Рисунок», «Цветоведение», «Искусство шрифта». «Технология дизайна и графический дизайн», «Фотография, верстка и макетирование», «Особенности интерактивного дизайна» и др. На сегодня происходит завершение формирования модели обучения дизайну для издательского дела, журналистики, пиара. Ученые факультета практически определились с тем, какие методики преподавания необходимо использовать при обучении медиахудожников в рамках факультета журналистики. Уже созданы эффективные авторские программы обучения, реализуются проекты технической поддержки. Специальность получила международную аккредитацию агентства FIBAA. В числе сильных сторон были названы высокая ориентированность на отечественный рынок и практикоориентированность учебных программ, актуальное программное обеспечение.

Безусловно, молодая специальность прошла определенные этапы, свои болезни роста. Педагоги и ученые дискутировали по ряду вопросов: считать ли специальность сугубо оформительской, развивающейся автономно или непосредственно включенной в систему подготовки журналистов; какие приоритеты выставлять, какие зарубежные программы брать за образцы, определен ли культурологический базис специальности?

Цель данного исследования: – изучение основополагающих методов, теорий, концепций, составляющих эстетическую природу специальности «Дизайн», культурологическую подготовку профессионала-дизайнера в рамках факультета журналистики.

Предмет исследования – процесс формирования культурологической базы профессии дизайнера в условиях факультета журналистики.

Культурологический базис специальности понимается как иерархический перечень основных дисциплин в образовательной модели

дизайнеров, имеющих междисциплинарный характер. В данном контексте логично считать культурологический базис основой специальности дизайнера, так как именно дизайнеры способны привнести искусство оформления в медиа, придать форму замыслу, раскрыть и закрепить культурные коды нации, реализовать дизайнерские идеи-нарративы. Таким образом, в процессе обучения необходимо воспринимать контент дисциплин как компонент культуры, где искусство – центральная ось образования.

Материал и методы. Научная методология.

Материалом исследования служат статьи и сайты, посвященные зарубежному и отечественному опыту в сфере образования и развития дизайна, Дорожная карта художественного образования, опыт факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби, а также дизайн-разработки отечественных медиа.

Базовым ориентиром могут выступать два направления: художественная часть, которая была отражена в Дорожной карте художественного образования: создание творческого потенциала для XXI века, принятой на Всемирной конференции по образованию в области искусств, прошедшей в Лиссабоне (Лиссабон, 2006). Второе направление – это изучение оформительских концепций медиа и издательского дела.

В процессе исследования использовались методы: исторический контент-анализ, дискурс-наблюдение, сравнительный анализ визуального стиля продуктов СМИ.

Проблемы подготовки и компетентности дизайнеров едва ли не самый обсуждаемый вопрос не только медиасферы. Длится дискуссия не первое десятилетие, спорят практики и теоретики, обвиняют преподавателей, дизайнеров, бильд-редакторов, фотографов, верстальщиков, а проблемы остаются. Сегодня появляются новые акценты в образовательной сфере, оформлении и проектировании в области дизайна, коллеги из более развитых стран предлагают свои решения: сократить сроки обучения, внедрить новые дизайнерские программы, исключить общекультурные искусствоведческие дисциплины, оставить для изучения только графический дизайн и т.д. Корреспондируется с данной темой статья казахстанских авторов «Актуальные вопросы переподготовки специалистов в сфере издательства и распространения книг» (Муканова Г., Мергенбаева К., Серикбай

Б., 2018), считающих, что «дизайн необходимо совершенствовать и при издании национальной журнально-газетной продукции. Специфику восточной ментальности необходимо передавать средствами дизайна. Это повысит конкурентоспособность отечественной полиграфии... Главное в условиях глобализации, как подчеркивалось нами выше, – не потерять национальную специфику в оформлении: орнаменте, традиции тюркской книги, а также символы и знаки, близкие кочевой цивилизации».

Существует ошибочное мнение, что дизайнер – прикладная профессия и достаточно месячной подготовки для ее освоения. Однако практика показывает, что знание компьютерных программ и азов рисования недостаточно для реализации полноценного дизайнерского проекта. Рынок ждет от специалиста самых разных компетенций. Умения анализировать культурную, социально-экономическую ситуацию; прогнозировать ход развития событий, смену стилей, тенденций, художественных направлений; видеть идею; быстро учиться новому; профессионально проектировать определенный образ, выполняя государственный, коммерческий заказ. Научить этому можно только при наличии у студента достаточных знаний по истории искусства, эстетике, теории цвета, литературе, различным видам дизайна, юридическим актам, профессиональной и общей этике и др.

Как утверждают исследователи из ближнего зарубежья: «Общая для Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана и Азербайджана проблема – отсутствие дизайнерского образовательного блока до второй половины 20 века в отличие от европейских стран и США. Нам всем пришлось осваивать огромный пласт дизайнерской культуры семимильными шагами. Приоритетные направления изучения дизайна в этих странах во многом схожи. Так, первое отделение дизайна открылось в Азербайджане в 1976 году, в Казахстане – в 1992 году, в Узбекистане – в 1997 году, в Кыргызстане – в 1998 году (Стыбаев Т., 2015).

В Казахстане, в отличие от зарубежных стран, ориентирующихся на промышленный дизайн и сбыт товаров, появление дизайна было связано с эстетическим мировосприятием духовного, невещественного мира: деятельностью художников-конструкторов, архитекторов, оформителей книжной и газетно-журнальной продукции.

Согласно классическому определению дизайна, принятому в 1964 году международным семинаром в Брюгге, «дизайн – это творческая деятельность, целью которой является

определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя» (Балаш А.В., 1977). Исходя из этого, организацией структуры печатного, а ныне и электронного издания должен заниматься дизайнер-оформитель. Следовательно, редакционным дизайном надо считать целенаправленную оформительскую редакционную деятельность, работу сотрудника секретариата на основе имеющейся стратегии оформления, планомерное выявление и проявление стиля издания, управление оформлением, создание оформительской модели. Подготовить специалиста такого профиля – задача факультета журналистики. Это возможно при наличии нескольких факторов:

- теоретической базы, позволяющей исследовать типологическую матрицу современного дизайна, от дизайна предметов до мегадизайна человека; условия существования и характеристики целесообразных систем, структурные составляющие композиционно-графических моделей периодического издания;
- технической базы, компьютерного и программного обеспечения: реализация верстки, создание и обработка иллюстраций, художественное выполнение заголовков и др.

Обзор литературы

В рамках данного исследования авторами было изучено несколько научно-методических блоков. Первый – культурологический, второй – образовательный и третий – специальный (дизайнерский). Учеными, исследователями написан ряд интересных работ, посвященных данной тематике. Из потока «свежих» отечественных публикаций, развивающих культурологическое поле обучающегося, можно выделить работы казахстанского ученого С.К. Козыбаева. В начале 2018 года увидел свет сборник изумительных эссе «Люди мы, не боги» (Козыбаев С.К. 2018). Это одиннадцатая книга из Серии «Этюды на полях». «Говорящими» являются названия эссе – «Певцы страны», «Петербург Чокана», «Неистовый Нестор», «Томирис», «Конфуцианство по-казахски», «Тамырство», «Степной Робин Гуд», «Перезвон костелов» ... в которых перекликаются разные эпохи, страны, художественные миры. Автору удастся в свои впечатления

о прожитом включить культурную составляющую, связь времен и поколений, что вызывает у читателей живой отклик, способность воспринимать мир как единую художественно-целостную картину.

Материал другого казахстанского автора «Становление и развитие дизайна в Казахстане» вводит читателя в мир казахского дизайна, начиная с истоков, достижений и изобретений протодизайна наших предков – одежды, посуды, ковров, бумажных обоев. Уже в этих изделиях сочетались функциональность и эстетичность, экологичность и эргономичность – главные критерии дизайнерского продукта (Турганбаева Ш.С., 2011). Дизайн всегда связан с основополагающими формами государственности. Вопросы образования занимают значительную часть исследовательского внимания и изучения, рассматриваются как часть культуры страны. Работы карагандинского искусствоведа Золотаревой Л.Р. указывают на необходимость реформирования в системе художественного образования, позиционируют будущего специалиста как «человека культуры», освещают тему культурологической основы полихудожественного образования, историю искусства в Казахстане. По мнению ученого: «Важным принципом является изучение национальной культуры на фоне мировой, сочетание национального, регионального и общечеловеческого компонентов» (Золотарева Л.Р., 2012).

Интересна точка зрения авторов книги «Идея независимости в изобразительном искусстве Казахстана», которые считают, что живопись – самый верный способ выразить культурный образ страны (Юсупова А.К. и др., 2011).

«Можно утверждать, что синтетичная культура Казахстана представляется неким культурным пространством, которое пронизывали встречно устремленные культурные потоки западноевропейского, передневносточного и восточноазиатского регионов» (Солодовиченко Л.Н., 2011).

«Глобальные проблемы 21 века – это вызов сфере образования» (Гершунский Б.С., 1998). Ученые выделяют своеобразные этномаркеры: «Процесс реформирования системы художественно-графического образования является значимой проблемой современной культуры, так как графическое искусство выступает ведущей формой коммуникации и организации среды жизнедеятельности человека. Ему отводится особое место в обеспечении визуально-экологических условий формообразования. Графичес-

кие объекты окружают человека на протяжении всей жизни, они являются носителями специфических признаков, характерных для каждого народа. Это позволяет идентифицировать графику как своеобразный «этномаркер» (Майничева А.Ю., 2004). Термин «этнический маркер» принадлежит ученому Р.А. Шермерхорну, труды которого высоко оценивают в научной среде исследователей этнокультуры (Schermernhorn, R. A., 1978).

В образовательном блоке следует отметить роль разнообразных дизайнерских курсов, вебинаров, мастер-классов, фрилансерских блоговых сообществ (freelanceswitch.com), школ цифровой графики и фотографии, инициаторами которых являются специалисты в области дизайна, компьютерной графики, IT-технологий (kursy-almaty.kz/course/prof/design).

Ведущие зарубежные школы дизайна всегда включают вводный курс общехудожественной подготовки для будущих дизайнеров. Такой метод принес мировую славу дизайнерской школе Баухауса (Иоханес Иттен, 2016).

Автор книги «Что такое графический дизайн?» (Квентин Ньюарк, 2005) обучает дизайну в историческом разрезе. Книга начинается с исследования тех основ, что формируют дизайн: этики, экономики, технологии, теории и истории искусства. В этой части книги «прослеживается развитие дизайна на протяжении нескольких столетий – от истоков, берущих начало в средневековой Германии, до современных направлений, охватывающих такие области, как дизайн корпоративных брэндов и журналов, кинодизайн и дизайн веб-сайтов».

Актуальны в рамках данного исследования работы американского учёного Алана Кёртиса Кэя в области программного обеспечения и графического интерфейса. Ему принадлежит фраза «лучший способ спрогнозировать будущее – изобрести его» (Алан Кэй, 2006).

Специалист по психологии визуального восприятия Тадамаса Савада (Государственный университет Нью-Йорка) считает, что интерес исследователей вызывают темы, посвященные восприятию человеком трёхмерных предметов и компьютерное моделирование восприятия (Тадамас Савада, 2016).

На первый план выходят исследования по использованию в художественном мире новых технологий. Художник, исследователь Массачусетского технологического института Джо Дэвис в качестве художественных средств использует и описывает возможности современных техноло-

гий (лазерные телеоператорные системы, электронно-лучевое конструирование, оптические телекоммуникации, роботика, микроскопия и пр.). На основе изысканий в области молекулярной биологии, микробиологии и биоинформатики осуществил ряд проектов с использованием генетических баз данных и новых биологических художественных форм (Джо Дэвис, 2008).

Широкий общественный резонанс вызвала книга известного американского дизайнера и педагога Виктора Папанека «Дизайн для реального мира» (Папанек В., 2015), выдержавшая несколько переизданий. Автор остроумен, креативен, даже эпатажен. А главный слоган Папанека «Все люди – дизайнеры!» глубоко концептуален. Затрагивает автор и вопросы подготовки дизайнеров, считая, что дизайн – это междисциплинарная профессия, «матрица жизни»; нужно избавляться от стереотипов и развивать, прежде всего, интуитивную творческую составляющую профессии. Опыт работы в университетах США, Канады, Дании, Швеции, Англии придает трудам Папанека авторитетность и достоверность.

Французский дизайнер Филипп Старк, работы которого получили международное признание, полагает, что для дизайнера важна не сумма знаний, а мера чувствования: «Абсолютно ничего не знаю об искусстве, не интересуюсь архитектурой, дизайном и подобными вещами. Я никогда не хожу на выставки и не читаю тематические книги и журналы. Я абсолютно глуп, я ничего не знаю, но я... ЧУВСТВУЮ» (Филипп Старк, 2011).

Мир стремительно развивается, движется к балансу гуманитарных и технических знаний. Современная избыточность технологического прогресса вызывает психологический дискомфорт. Технологическое искусство оставляет все меньше свободы выбора. Как считает куратор выставки «Наука как предчувствие», один из пионеров отечественного science art Дмитрий Булатов: «Важно соответствие медиа художника и медиа тех или иных актуальных научно-технологических направлений. Во-вторых, важно, что говорит художник на этом языке технологий. Дело не в том, что это искусство тоже может высказаться на языке науки и технологий, скажем, поработать на уровне атомарных структур, но в том, что может сказать и сделать только искусство. Художник должен быть соучастником исследования, а не пиар-агентом науки или дизайнером, обыгрывающим научные разработки. То есть художник должен не только быть равен ученому по уровню используемых

медиа, но и видеть чуть дальше ученого с его прикладным взглядом. Однако это очень сложно. Именно поэтому я считаю, что наука – это последнее табу в современном искусстве...» (Булатов Д., 2009).

Авторы сборника статей «Подготовка дизайнеров за рубежом» говорят об исторически сложившейся изоляции дизайнерского образования, о невозможности выработать идеальный перечень предметов для обучения (Аронов В.Р., Курьерова Г.Г., Любимова Г.Н., Переверзев Л.Б., Терехова И.И., Устинов А.Г., 1986).

Современный период характеризуется серьезными трансформациями в сфере профессиональной нормы «хорошего дизайна».

Заключение, выводы

Таким образом, однозначного ответа на вопрос «Чего ждет рынок от современных выпускников-дизайнеров?» пока нет. Ясно одно, качественный и глубокий культурологический базис в этой профессии является ключевым. Проведенное исследование показывает, что готовые формулы не лежат на поверхности. Есть направления, по которым могут развиваться образовательные модели обучения дизайнеров. И только объединение специалистов практической, научной и образовательной сферы может привести к определению национальной траектории казахстанского дизайна.

Опрос, проведенный среди студентов-дизайнеров, свидетельствует, что большинство из них видит будущее образования за техническим совершенствованием дизайнерских технологий. 70 % студентов искренно полагает, что, изучив 3-4 дизайнерские программы, они смогут создать оригинальные продукты. Только 30% опрошенных задумывается о содержательной наполненности профессии, о методах придания формы замыслу, значимости литературно-художественной подготовки, искусствоведческого кругозора....

К сожалению, практика показывает, что отказ от закономерных форм и правил постижения профессии, от понимания того, что ничто не появляется с нуля, вызывает либо безликий, серый визуальный мир, либо культурный беспредел.

Кому-то это может показаться этическим философствованием, но главное здесь – формирование культурных ценностей нового мышления.

Существование специальности «Дизайн» на факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби предполагает определенное расширение профессии. Как полагают преподаватели, от дизайнеров-выпускников ждут новых форм издательской и журналистской продукции. Все виды дизайна (промышленный, графический, медиадизайн) способны обогатить сферу медиа. Общая культурологическая база – мировое искусство.

Несомненно, что предметы обучения должны развивать чувство красоты, традиционные каноны прекрасного, пластичность, музыкальность форм. На данном этапе прослеживается высокая потребность в анализе, структурировании, систематизации образовательной программы специальности «Дизайн». Нужен диалог ученых, преподавателей, дизайнеров-практиков.

Система высшего образования предполагает воспитание специалиста, способного не просто придать форму замыслу, но принести в содержание, обогатить его смысловыми формами, идеологической константой, национальной и гражданской идентичностью. В этой связи, как считают авторы, правомерно строить систему образования медиа-дизайнеров на гармоничном совмещении культурологических, художественно-прикладных и медийных блоков, развивающих гуманитарный и профессиональный сектор специальности.

Современный период – время новых дизайнерских решений, выбора дальнейшего пути развития. Для традиционных и новых медиа дизайн-проекты СМИ приобретают особое значение в силу первичности внешнего вида продукции в зрительном восприятии аудитории. Обзор дизайна казахстанских газет и журналов, книжных изданий: хаотичных, аляповатых, перегруженных неуместными фото и безвкусными шрифтами, вызывает противоречивые вопросы. Почему современный отечественный дизайн СМИ, книжный дизайн, несмотря на бурное развитие этих направлений, не отличают качество и оригинальность, а теория дизайна так мало помогает практике?

Литература

Аронов В.Р., Курьерова Г.Г., Любимова Г.Н., Переверзев Л.Б., Терехова И.И., Устинов А.Г., Подготовка дизайнеров за рубежом: [Сб. статей]. – М., 1986. – С.29-43. – (Труды ВНИИТЭ. Сер. «Техническая эстетика»; Вып.50).

Art Education in the Republic of Kazakhstan: Perception of the National Traditions and Rapprochement of the Cultures: Research Paper. Available in Kazakh, Russian and English languages. – UNESCO Moscow Office, 2010; UNESCO Almaty Office, 2010; Kazakhstan National Federation of UNESCO Clubs, 2010. – 64 p.

Балаш А.В. Техника оформления газетной полосы. – Минск, 1977.

Булатов Д. «Художник должен видеть чуть дальше ученого» // Журнал «Коммерсантъ Власть» № 10 от 16.03.2009, стр. 51

Гершунский Б.С. Философия образования для XXI века (В поисках практико-ориентированных образовательных концепций). – Москва: Изд-во «Совершенство», 1998. – 608 с.

Дорожная карта художественного образования: создание творческого потенциала для XXI века // Всемир. конф. по образованию в области искусств. Лиссабон, 2006 [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://portal.unesco.org/culture/en>.

Курьерова Г.Г. Итальянская модель дизайна – <http://cheloveknauka.com/italyanskaya-model-dizayna#ixzz5BK7dw9Ap>

Джо Дэвис videodoc.ncca-kaliningrad.ru 2008/...

Золотарева Л.Р. Культурологические основы полихудожественного образования: моногр. – Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – 510 s. 42,5 п.л.

Иоханес Иттен «Искусство формы. Мой форкурс в Баухаусе». – М., 2016.

Everything Reverberates. Thoughts on Design. San Francisco, 1998.

Княгинин В.Н. Промышленный дизайн Российской Федерации: возможность преодоления «дизайн-барьера». – СПб., 2012. – 68 с.

Козыбаев С.К. «Люди мы, не боги» / Академия журналистики Казахстана. – Алматы 2018.

kursy-almaty.kz/course/prof/design

Квентин Ньюарк «Что такое графический дизайн?» – М., 2005.

Kay, Alan How Simply and Understandably Could the “Personal Computing Experience” Be Programmed? (27 ноября 2006).

Ковешникова Е.Н. Модели дизайн-образования: зарубежный опыт – тема научной ... <https://cyberleninka.ru/article/n/mod-eli-dizayn-obrazovaniya-zarubezhnyy-opyt>

Лаврентьев А. Н. История дизайна : учеб. пособие – М.: Гардарики, 2007. – 303 с.: ил. ISBN 5-8297-0262-2 (в пер.)

Лиссабон, 2006 [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://portal.unesco.org/culture/en>

<http://www.euk.kz/ru/abiturientu/nashi-spetsialnosti/i6>

Муканова Г., Мергенбаева К., Серикбай Б. Актуальные вопросы переподготовки специалистов в сфере издательства и распространения книг // Вестник 46, 2018, серия журналистики.

Майничева А.Ю. Проблемы этничности и самоидентификации в работах зарубежных авторов: историографический очерк // Сибирская заимка: Научная жизнь. – 2004. – № 1.

Папанек В. «Дизайн для реального мира». – М.: Издатель Д.Аронов. – 5 изд. 2015. – 416 стр., 90 илл. ISBN 978-5-94056-036-4)

Солодовichenko Л.Н., (2011) Истоки графического искусства и становление художественного... articlekz.com/article/5778

Старк Ф. Правила жизни <https://novate.ru/blogs/161211/19597/2011>

Стыбаев Т. Приоритеты дизайнерского образования в тюркских странах ... <http://kazorta.org/prioritety-dizajnerskogo-obrazovaniya-v-tyurkskih-stranah/>

Schermerhorn, R. A. «Comparative Ethnic Relations: A Framework for Theory and Research». 1978

Турганбаева Ш.С. Становление и развитие дизайна в Казахстане cyberleninka.ru/article/n/...

Тадамас Савада <http://forum.ykt.ru/viewtopic.jsp?id=3885584>

freelanceswitch.com

Юсупова А.К. и др. Идея независимости в изобразительном искусстве Казахстана. – Алматы: ИЛИ МОН РК, 2011. – 420 с.

References

Aronov V.R., Kur'eroва G.G., Lyubimova G.N, Pereverzev L.B., Terekhova I.I., Ustinov A.G., 1986 Podgotovka dizajnerov za rubezhom: [Sb.statej] . – М., 1986. – S.29-43. – (Trudy VNIITEH. Ser. “Tekhnicheskaya ehstetika” ; Vyp.50) [Aronov V.R., Kuryerova G. G. Lyubimova G. N, Pereverzev L.B., Terekhova I.I., Ustinov A.G., 1986 Training of designers abroad: [Sb. articles]. – М., 1986. – Page 29-43. – (Works VNIITE. It is gray. “Industrial art”; Issue 50)].

Art Education in the Republic of Kazakhstan: Perception of the National Traditions and Rapprochement of the Cultures: Research Paper. Available in Kazakh, Russian and English languages. – UNESCO Moscow Office, 2010; UNESCO Almaty Office, 2010; Kazakhstan National Federation of UNESCO Clubs, 2010. – 64 r. [Art Education in the Republic of Kazakhstan: Perception of the National Traditions and Rapprochement of the Cultures: Research Paper. Available in Kazakh, Russian and English languages. – UNESCO Moscow Office, 2010;]. UNESCO Almaty Office, 2010; Kazakhstan National Federation of UNESCO Clubs, 2010. – 64 p.

Balash A.V. Tekhnika oformleniya gazetnoj polosy. Minsk 1977. [Balash A.V. Technology of registration of a newspaper strip. Minsk 1977].

Bulatov D. «Hudozhnik dolzhen videt' chut' dal'she uchenogo», 16.03.2009 ZHurnal “Kommersant” Vlast” № 10 ot 16.03.2009, str. 51 [Bulatov D. “The artist has to see slightly farther than the scientist”, 3/16/2009 the Kommersant Power Magazine No. 10 from 3/16/2009, p. 51].

Gershunskij B.S. Filosofiya obrazovaniya dlya XXI veka (V poiskah praktiko-orientirovannyh obrazovatel'nyh koncepcij). – Moskva: Izd-vo «Sovershenstvo», 1998. – 608 s. [Gershunsky B.S. Education philosophy for the 21st century (In search of the praktiko-focused educational concepts). – Moscow: Sovershenstvo publishing house, 1998. – 608 pages].

Dorozhnaya karta hudozhestvennogo obrazovaniya: sozdanie tvorcheskogo potenciala dlya XXI veka / Vsemir. konf. po obrazovaniiu v oblasti iskusstv. Lissabon, 2006 [EHlektron. resurs]. Rezhim dostupa: <http://portal.unesco.org/culture/en>. [Road map of

art education: creation of creative potential for the 21st century / Vsemir. конф. by training in the field of arts. Lisbon, 2006 [Electron. resource]. Access mode: <http://portal.unesco.org/culture/en/>].

Kur'erova G.G. Ital'yanskaya model' dizajna – <http://cheloveknauka.com/italyanskaya-model-dizayna#ixzz5BK7dw9Ap> [Kuryerova G. G. The Italian model of design – <http://cheloveknauka.com/italyanskaya-model-dizayna#ixzz5BK7dw9Ap>].

Dzho Dehvis videodoc.ncca-kaliningrad.ru 2008/.... [Joe Davies videodoc.ncca-kaliningrad.ru 2008/...].

Zolotareva L.R. Kul'turologicheskie osnovy polihudozhestvennogo obrazovaniya: monogr. – Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – 510 s. 42,5 p.l. [Zolotareva L.R. Culturological bases of polyart education: моногр. – Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – 510 s. 42,5 items of l.].

Iohanes Itten «Iskusstvo formy. Moj forkurs v Bauhause». – M., 2016. [Iokhanes Itten “Art of a form. Wash forkurs in Bauhaus». – M., 2016.].

Everithing Reverberates. Thoughts on Desing. San Francisco, 1998.

Knyagin V.N. Promyshlennyy dizajn Rossijskoj Federacii: vozmozhnost' preodoleniya «dizajn-bar'era». SPb., 2012. 68 s. [Knyagin V.N. Industrial design of the Russian Federation: possibility of overcoming “design barrier”. SPb., 2012. 68 pages].

Kozybaev S.K. «Lyudi my, ne bogi», – Akademiya zhurnalistiki Kazakhstana. – Almaty 2018. [Kozybayev S.K. “People we, not gods”, – Academy of journalism of Kazakhstan. – Almaty 2018].

kursy-almaty.kz/course/prof/design

Kventin N'yuark «Chto takoe graficheskij dizajn?» – M., 2005. [Quentin Nyuark “What is graphic design?” – M., 2005].

Kay, Alan How Simply and Understandably Could the “Personal Computing Experience” Be Programmed? (27 noyabrya 2006). [Kay, Alan How Simply and Understandably Could the “Personal Computing Experience” Be Programmed? (27 ноября 2006)].

Koveshnikova E.N. Modeli dizajn-obrazovaniya: zarubezhnyy opyt – tema nauchnoj ... <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-dizajn-obrazovaniya-zarubezhnyy-opyt> Kovesnikova E.N. Design education models: foreign experience – a subject scientific... <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-dizajn-obrazovaniya-zarubezhnyy-opyt>

Lavrent'ev A. N. Istoriya dizajna : ucheb. posobie – M. : Gardariki, 2007. – 303 s. : il. ISBN 5-8297-0262-2 (v per.) [Lavrentyev A. N. Design history: studies. a grant – M.: Gardarika, 2007. – 303 pages: silt. ISBN 5-8297-0262-2 (in the lane)].

Lisbon, 2006 [Electron. resource]. Access mode: <http://portal.unesco.org/culture/en/>

<http://www.euk.kz/ru/abiturientu/nashi-spetsialnosti/i6>

Mukanova G., Mergenbaeva K., Serikbay B. Aktual'nye voprosy perepodgotovki specialistov v sfere izdatel'stva i rasprostraneniya knig // Vestnik 46, 2018, seriya zhurnalistiki [Mukanova G., Mergenbayeva K., Serikbay B. Topical issues of retraining of experts in the sphere of publishing house and distribution of books//the Bulletin 46, 2018, a journalism series].

Majnicheva A.YU. Problemy etnichnosti i samoidentifikacii v rabotah zarubezhnyh avtorov: istoriogra-ficheskij ocherk // Sibirskaya zaimka: Nauchnaya zhizn'. – 2004. – № 1 [Maynicheva A.Yu. Problems of ethnicity and self-identification in works of foreign authors: istoriograficheskij sketch//Siberian small settlement: Scientific life. – 2004. – No. 1].

Papanek V. «Dizajn dlya real'nogo mira» M.: Izdatel' D. Aronov5 izd. 2015 416 str., 90 ill. ISBN 978-5-94056-036-4)[Papanek V. “Design for the real world” of M.: Publisher D. of Aronov5 of prod. 2015 416 p., 90th silt. ISBN 978-5-94056-036-4)].

Solodovichenko L.N., (2011) Istoki graficheskogo iskusstva i stanovlenie hudozhestvennogo... articlekz.com/article/5778 [Solodovichenko L.N., (2011) Sources of graphic art and formation of art... articlekz.com/article/5778].

Stark F. Pravila zhizni <https://novate.ru/blogs/161211/19597/2011> [Starck F. Rules of life <https://novate.ru/blogs/161211/19597/2011>].

Stybaev T. Prioritety dizajnerskogo obrazovaniya v tyurkskih stranah ... <http://kazorta.org/prioritety-dizajnerskogo-obrazovaniya-v-tyurkskih-stranah/> [Stybayev T. Priorities of design education in the Turkic countries... <http://kazorta.org/prioritety-dizajnerskogo-obrazovaniya-v-tyurkskih-stranah/>].

Schermerhorn, R. A. «Comparative Ethnic Relations: A Framework for Theory and Research». 1978

Turbanbaeva SH.S. Stanovlenie i razvitie dizajna v Kazakhstane cyberleninka.ru/article/n/... [Turghanbayeva Sh.S. Formation and development of design in Kazakhstan cyberleninka.ru/article/n/...].

Tadamas Savada <http://forum.ykt.ru/viewtopic.jsp?id=3885584> [Tadamas Savada <http://forum.ykt.ru/viewtopic.jsp?id=3885584>].

freelanceswitch.com

Yusupova A.K. i dr., Ideya nezavisimosti v izobrazitel'nom iskusstve Kazakhstana. – Almaty: ILI MON RK, 2011. – 420 s. [Yusupova A.K., etc., the Idea of independence in the fine arts of Kazakhstan. – Almaty: OR MAUN RK, 2011. – 420 pages].

Әбдіжәділқызы Ж.

филология ғылымдарының кандидаты, доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: journalit_teoretic@mail.ru

АҚПАРАТ ӘЛЕМІ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ РАДИОЖУРНАЛИСТИКА

Автор мақалада қазіргі заманғы ұлттық радиожурналистиканың отандық ақпарат кеңістігіндегі алатын орны мен атқаратын қызметіне талдау жасайды. Радиожурналистиканың өмір ағысындағы уақыттық көрсеткіш екенін нақты мысалдармен дәйектеп, соған сәйкес адамзат игілігіне қызмет ететін артықшылықтарын атап өтеді. Сонымен қатар, бүгінгі таңдағы радиожурналистердің кәсіби қызмет аясындағы кейбір проблемаларын тілге тиек етіп, олардың сөйлеу мәдениеті мен ақпаратты жеткізудегі типтік кемшіліктерін саралайды. Әуе толқынындағы заманауи радиоайтылымның кәсіби деңгейіне радиожурналистикадағы дәстүр мен жаңашылдық тұрғысынан баға беріп, радиоарналар мен эфир жүргізушілерінің кәсіби имиджі туралы ойын ортаға салады. Осы орайда, Қазақ радиосының, «Шалқар» арнасының, Авторрадио мен «Астана» радиосы, т.с.с радиоарналардың эфирден өткен материалдарын негізге алады. Заманауи радиожурналистиканың даму тенденцияларына талдау жасап, әлемдік деңгейдегі радионың формуласы: «РАДИО = ЖАҢАЛЫҚТАР + МУЗЫКА» екенін мәлімдеп, әуе толқынындағы жаңалықтар легі мен музыка желісіне кәсіби-шығармашылық тұрғыда сипаттама жасайды. Тікелей эфирдегі радиокөрсеткіш, радиомәлімет, радиодialog, радиомонолог, радиотренинг, радиорейтинг, радиосаз, радиоырғақ, радиотыңдалым ұғымдарын ғылыми айналымға түсіріп, әрқайсына түсініктеме береді. 15 жас пен 35 жас арасындағы аудиторияны қамтитын «Жұлдыз-FM», «Love Radio» радиоарналарының музыкалық форматын, музыкалық жүргізушілерінің кәсіби деңгейі мен шығармашылық шеберліктерін ұлттық ұстаным мен мемлекеттік мүдде тұрғысынан қарастырып, типтік кемшіліктеріне талдау жасайды.

Түйін сөздер: радиоайтылым, радиокөрсеткіш, радиомәлімет, радиодialog, радиомонолог, радиотренинг, радиорейтинг, радиосаз, радиоырғақ, радиотыңдалым, радиоуң.

Abdizhadilkyzy Zh.

Candidate of Philology, Associate Professor, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: journalit_teoretic@mail.ru

The World of Information and Modern Radiojournalism

The author analyzes the role of modern radio journalism in the national information sphere. She demonstrates with concrete examples the role of radio journalism as a chronicler of the time, stand out particularly all the inherent benefits of serving humanity. Also linking some of the problems of today's areas of professional journalism with a language the author differential them as shortcomings in the culture and provision of information. Assessing traditions and innovations professional speech, sounds in the air, focus on the professional image of the leading radio and live broadcast. This is based on analysis of materials of the Kazakh radio, channel "Shalkar", "Autoradio" and Radio "Astana" and others. Analyzing the tendencies of development of modern journalism, recognizing the future for a recognized global format "RADIO = NEWS + MUSIC", creates professional and creative overview of the news flow and music in the air. Each term is explained: "Radiocasting, Radiophonie, Radiobiology, Radiokanaler, Radiotracking, Radiodating, Radiology, Radiogram Broadcasting". Comparing the musical format and presenters of radio "Zhuldyz FM" and "Love Radio", popular among the audience of 15 to 35 years, from the point of view of creative and professional criteria, an analysis is made of their typical shortcomings of national consciousness and service to society.

Key words: radio speech, radio indicator, radio information, radio dialogue, radio monologue, radio training, radio rating radio music, radio rhythm, radio hearing, radio voice.

Абдижадилқызы Ж.

кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: journalit_teoretic@mail.ru

Мир информации и современная радиожурналистика

В статье анализируются место и роль современной отечественной радиожурналистики в национальном информационном пространстве. Опираясь на конкретные примеры из практики радиожурналистики, автор работы подчеркивает преимущества данного источника информации. Также освещены некоторые из текущих проблем использования радиотерминов в профессиональной деятельности, типичные недостатки речевой культуры радиожурналистов. С точки зрения традиций и инноваций оценивается профессиональная радиопередача и имидж радиоканалов. Контент статьи основан на материалах казахстанского радио, канала «Шалкар», радио «Авторadio» и «Астана» и других. Анализируя тенденции развития современной радиожурналистики, радиомаяк мирового класса называется «RADIO = NEWS + MUSIC», предоставляя профессионально-творческое описание новостного канала и музыкальной сети в воздушной волне. Интерпретируются понятия радиовещания, радиоинформации, радиосвязи, радиомонолога, радиопередачи, радиовещания на живом радио. Автор анализирует типичные недостатки музыки и формата радиоканалов «Жұлдыз-FM», «Радио Любви», профессионального уровня и творческих навыков музыкальных ведущих с точки зрения национальных интересов и общественных интересов, охватывающих аудиторию в возрасте от 15 до 35 лет.

Ключевые слова: радиоречь, радиопоказатель, радиосведения, радиодialog, радиомонолог, радиотренинг, радиорейтинг, радиомузыка, радиоритм, радиослух, радиоголос.

Кіріспе

Бұқаралық ақпарат құралдарының ішіндегі ең жедеғабыл, мейлінше қолжетімді, кең ауқымды, мүмкіндігі ұшан-теңіз ұтымдысы, әрі ұшқыры – радио. Радиодабыл белгілі мөлшердегі аз ғана шығын жұмсап, ұланғайыр қашықтықты қамти алады. Кеудесінде жаны бар күллі адамзат көз тігетін көгілдір экран, яғни, теледидардың техникалық қуаты шектеулі, күшейткіш арқылы небары 5-10 шақырым радиусқа ғана таралатын көрінеді. Статистикалық мәліметтерге сүйенсек, қазақстандықтар радионы 220 минут тыңдаса, теледидарды 176 минут көреді екен. Бір тәулік аясындағы тыңдармандар саны орта есеппен 500 мың адамға дейін жетеді екен (Omashev N. 2004). Радио аудиториясының ауқымдылығы соншалық, ол кәдімгі түнгі аспан астындағы жұлдыздар тәрізді шартарапқа шашылып жатыр, тіпті бір сәтте бір радионы тыңдап отырған адамдардың психологиялық ахуалының өзі әркелкі болып келеді. Өйткені, радиохабар ұланғайыр миллиондар аудиториясына арналғанмен, оны тыңдармандар көп жағдайда жеке өзі немесе шағын ғана топ болып тыңдайды. Әдетте, әуе толқынындағы сөз бірде елге жетеді, бірде желге кетеді. Соған карамастан, радиожурналист солардың барлығына ортақ тақырып тауып, әдеп сақтап, ізгілік танытып, жүрекке жылу сыйлап, үлкен мәдениеттілікпен тіл қатып, әрқайсысының көңіл қылын шерте білуі керек.

Негізгі бөлім

Радио – ақпарат пен музыканы жеткізу желісі ғана емес, сонымен қатар, эфир арқылы айтылым мен тыңдалым мәдениетін дамытып, аудиторияның эстетикалық талғамын арттыратын таным тетігі. Ғалымдар дүниежүзілік деңгейде мәлімдегендей, радионың өзіндік артықшылығы екі салада айқындалды. Оның бірі – жедеғабыл жаңалықтар легі болса, екіншісі – музыка желісі. «Тікелей эфирдегі бүкіл радиоарналар жұмысының құрылымы осы екі бағытта жүзеге асады. Сондықтан да, әлемдік деңгейдегі радиохабарлар үлесіне тиетін формула: РАДИО = ЖАҢАЛЫҚТАР + МУЗЫКА» (Abdizhadilkizi Zh. 2003). Әлбетте, әуе толқынындағы ақпарат пен музыка барша адамзатқа арналады. Бірақ, оны әркім өзі оңаша тыңдайды. Қазіргі таңдағы эфирден берілетін ақпарат жаңалықтар топтамасы ретінде жол тартса, ал музыка әр арнаның өзіне тән сипатын танытатын музыкалық формат есебінде жүйеленеді. Радиожурналистиканы жан-жақты зерттеген ғалым М. Барманқұлов ақпарат пен музыканы астаыра зерделеп, өзіндік тұжырымын ұсынды: «Радиотыңдарман мен телекөрсермен ақпарат пен музыкадан қуат алады. Музыка саналарын сергітіп, сезімдерін серпілтсе, ақпарат жер жаһанда болып жатқан оқиғалардан хабардар етеді. Түптеп келгенде, ақпараттық хабарларда музыка аудиторияның назарын аудару үшін қолданылады» (Barmankulov M.K. Almaty). Радиожурналист ең бегінің ең басты мақсаты – ақпаратты бере білу,

яғни коммуникативтік актіні жүзеге асыру. Микрофон алдындағы журналист – ол жаңалықтарды хабарлайтын, қандай да бір оқиғаны, фактіні, құбылысты баяндайтын адам. Адам өз ойын сөз арқылы жеткізеді. Демек, радиожурналистің бірінші кезектегі басты құралы – дыбысталатын сөз. Радиожурналистикада ақпараттан кейінгі жетекші орынды музыка иеленеді. Өйткені, музыкада адамның көңіл күйін бірнеше секундта-ақ баурай алатын қуатты күш бар. Радио музыканы қалың көпшілікке, яғни барлық адамға арнайды.

Музыканың тағы бір таңғажайып құпиясы мынада: ол адамның сезімі мен ақыл-ойына бір мезгілде әсер ете алады. Музыка ең алдымен, ақпаратты жеңіл қабылдауға көмектеседі. Музыка оқиғаның, құбылыстың мазмұн-мағынасын ашуға ықпал етеді. тікелей эфирдегі музыка желісінің өзіне тән мәнері, өзіндік ырғағы, өзіндік стилі бар. Өйткені, ол тікелей эфирден толассыз беріліп жататын ағыл-тегін әуен, сарқылмайтын саз.

Радиодағы музыка заман ағымында көптеген өзгерістерді бастан кешірді. Техникалық процестер нәтижесінде радиомикрофон алдына жеке орындаушымен қатар оркестрлік топты да алып келді, астаыру әдісімен бір дыбыстың үстіне екінші дыбысты қабаттастырып, микшерлеу тәсілімен бір дыбысты күшейтіп, бір дыбысты бәсеңдетіп, мәнерлеп, сөз бен сазды үйлестірудің бай тәжірибесін жинақтады. Сондықтан да тікелей эфирдегі жаңалықтар легі мен музыка желісі туралы мәселенің сан салалы тармақтары бар.

Нәтиже

Қазіргі таңда негізгі жұмыс тәсілі тікелей эфир болғандықтан басқа барлық бұқаралық ақпарат құралдарымен салыстырғанда ақпарат әлеміндегі радионың алатын орны айрықша. Ақпарат ағыны, оның ішіндегі тікелей әуе толқынынан берілетін жаңалықтар легінің өзіне тән айрықша тілі болады. Радиожурналист өзінің көз үшін емес, құлақ үшін жазып отырғанын ұмытпауға тиіс. Өйткені, жаңалықты тыңдарман жүргізуші-журналистің алғашқы сөйлемінен бастап жақсы түсінуі керек. Сондықтан да, жаңалықтарды оқитын жүргізуші-журналист өзінің не айтып отырғанын жақсы білуі тиіс және де өз ойын тура, нақты, қарапайым, әрі дәл жеткізуі – шарт.

Өйткені, сөзді дұрыс бастау арқылы тыңдарманды баурап алуға болады. Ал дұрыс аяқталған сөз тыңдарманның есінде сақталып қалады. «Батыс журналистикасында

материалдың алғашқы фразасы «Лид» деп аталады. (Лид – лидер сөзінен алынған жетекші, бастапқы сөз деген мағынаны береді). Ақпараттың бастапқы сөзінде қандай да бір абстрактілі ұғымдарға, жалпылама деректерге және де оқиға мерзіміндегі шатасушылыққа жол берілмеуі тиіс» (Shostak M., 2007). Егер «лид» негізгі ақпараттың мәнісін түсінікті, анық жеткізе алса, онда жетекші сөздің сәтті шыққаны. Сондай-ақ, лид аз сөзбен көп мағына беруі керек. Өйткені, тікелей эфир жүргізушісі дүниеде не болып жатқанын жалпақ жұртқа хабарлап қана қоймайды, оны әрбір жеке тыңдаушыға түсіндіреді. Сондықтан да, тікелей эфирде жұмыс істеген журналистің даярлығының күштілігіне, дайындығының мықтылығына қарамастан, процесс кезіндегі күллі іс-әрекетін, аузынан шыққан әрбір сөзін өлшеп-кесіп, мөлшерлеп-межелеп алдын ала анықтап алуы мүмкін емес. Сондықтан да жүргізуші-журналист эфирдегі кәсіби іс-әрекет кезінде мына төмендегі негізгі шарттарды қатаң есте сақтауы қажет:

Сөз бостандығын иелену.

Мемлекеттік мүддені ұстану.

Құқық негіздеріне сүйену.

Шығармашылық еркіндікті пайдалану.

Кәсіби шеберлікті таныту.

Жауапкершілік шегінен аспау.

Заң аясына бағыну.

Тақырып аясындағы мәселенің түйіні жаңалықтар легі мен музыка желісі болғандықтан, жүргізушіге қойылатын талаптарға тоқталып өттік. Ендігі жерде музыкалық жүргізушіге, яғни, диджейге қойылатын негізгі талаптарды нысанаға алсақ:

«Музыкалық жүргізуші тікелей эфирден тіл қатқанда оның әуезінде ешкімге ұқсамайтын өзгешелік, эмоционалдық сипат, соған қарамастан шынайы табиғилық болуы шарт»

Ол өз радиостанциясын эфирге шыққан сайын әдемілеп әйгілеуден жалықпағаны жөн. Өйткені, оны тыңдап отырған кісі «Бұл қай радио екен?» деп бас қатырмауы керек.

Музыкалық жүргізуші – музыкалық сыншы емес. Демек, эфирден берілген әндер жайлы жағымсыз пікір айтуға хақысы жоқ. Әлбетте, музыка әлеміндегі қызықты да құнды жаңалықтарды, көпшілікті елең еткізетін деректі мәліметтерді ұсынуға міндетті.

Музыкалық жүргізушінің эфирді жүргізіп отырып, эфирден берілген радиороликтерге, джинглдарға, әндерге қосылып шырқауға хақысы жоқ. Ол өз кезегінде әдепсіздік, эфир мәдениетін төмендету болып есептеледі. Өйткені му-

зыкалық жүргізуші даусы қаншалықты жақсы болғанымен, бәрібір әнші емес.

Музыкалық жүргізушінің қандай да бір музыкалық шығарманы қақ ортасынан бөліп жіберіп эфирге шығуы – үлкен ағаттық. Ол әнді тыңдап отырған адамға да, ән авторына да кері әсер ететінін ескерген жөн.

Музыкалық жүргізуші өз эфирін аяқтағанша радиостанция жұмысын біржолата тоқтатқандай етіп қоштаспауы керек.

Осынау талаптарды ескере отырып, тікелей эфирді сәтті өткізіп, шығармашылық табысқа жету үшін мынадай критерийлерді есепке алуға тура келеді.

Ықпал ету (реакция). Мұның өзі негізгі екі категориядан тұрады: а) сөйлеу мәнерінің ойнақылығы, сөйлейтін сөзінді іштей жұптап, ойынды сабақтап үлгеру, ең болмағанда, келесі айтатын фразанды бір сөйлем көлемінде тізбектеп алу. Сонда тыңдарман алдында тілің күрмелейтін болады.

ә) техникалық сипаттағы тапқырлық, яғни операторлық әрекеттерді өте ұқыпты орындау – дискіні дұрыс, әрі шапшаң алмастыру, жағымсыз телефон қоңырауын дер кезінде және оңтайлы жолмен эфирден алып тастау, компьютердегі, телефон желісіндегі жіберілген ақауларды ыңғайлап тауып, реттеу, тыңдарманға байқатпау.

2. Дауыс ырғағы (интонация).

А) Үн екпіні (тон). Сөйленетін сөздегі логикаға сәйкес үн екпінін жоғары көтеріп, төмен түсіру арқылы өзгерту эфирді байыта түседі. Себебі, дауыстағы әрбір екпін, әрбір іркіліс тыңдаушының қабылдауына әсер етеді. Бір ғана сөздің өзі дауыс ырғағына қарай әр түрлі әсер қалдыруы мүмкін.

Ә) Үн деңгейі. Әр диджей өзінің дауыс деңгейін тауып алуы тиіс. Қуатты, жігерлі әндер мен сергек, батыл тың тіл қатқан жөн, ал жұмсақ биязы әндерге баяу ғана, сыбырлап ауысып, лирикалық балладаларды ұсынарда нәзік тебіреніспен сөйлеген жөн. Ең бастысы, ешқашан дауыс көтеріп, айғайлап сөйлемейу керек.

3. Имидж, яғни, журналистің өз стилі, ешкімге ұқсамайтын ерекше қасиеті. Әлбетте, ол мынадай екі көрсеткішпен анықталады.

А) Журналисті тыңдап отырған аудитория оны танып, аты-жөнін еске түсіре ала ма?

Ә) Ал журналситің атын естігенде оны ерекше бір стильмен немесе оның журналистік қызметінің кәсіби қырымен байланыстыра ала ма?

4. Жүйелілік (регламент). Эфирдің толып жатқан түрлі-түрлі элементтері бар: сан-салалы музыка, джинглдар, роликтер, жарнамалар, т.с.с.

Ал радиодиджейдің міндеті – соның бәрін қисынын тауып бір арнада тоғыстырып айналымға қосу. Жүйеліліктің де өзіне тән екі элементі бар:

А) Дәл, әрі нақты, әрдайым күткендегіден аз сөйлеу, көпсөзділікке ұрынбау. Сонда диджей тыңдарманға сүйкімді де қадірлі болады, тағы да қашан сөйлер екен? – деп дауысын сағынып күтеді.

Ә) Тікелей эфирдегі хабар тізбегін тілге тиек ету, сол күнгі айтулы комментарийлерге, жаңа хабарларға, қызықты дүниелерге анонс жасау.

5. Тіл мәдениетін сақтау.

А) қарабайыр сөздерді қолданбау.

Ә) қайталау жібермеу.

Дегенмен, радиожурналистикадағы тікелей эфирдің кәсіби қағидалары мен ережелері осынау тұжырымдармен шектелмейтіні белгілі.

Ойталқы

Қазақстан журналистерінің тұңғыш конгресінде Республика Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев: «азат қоғамға шынайы ақпарат керек: ол біріншіден, азаматтардың нақты өмірдің, сондай-ақ, көпірме сөздің қайда екенін, екіншіден, ақиқаттың және қарақан бастың қамы үшін бұрмалаушылықтың қайда екенін, үшіншіден, іскерлік, парасат, сондай-ақ, пысықайлық қайда екенін, төртіншіден халыққа қызмет етудің, сонымен бірге билік үшін лас әрекеттің қайда екенін білуге мүмкіндік береді. Халыққа осынау мәселелерді ақиқат түсінуге көмектесіңіздер!» (Nazarbayev N.A., 1999) деп мәлімдеген болатын.

Қашанда хабарламаға өміршең сипат беретін қисынды іздеген абзал. Айтып отырған әңгімесі жүргізушінің өзін қызықтырмаса, ондай жаңалыққа аудиторияның назарын аудару да оңайға түспейтіні белгілі. Себебі, БАҚ өкілі үшін қандай ақпарат маңызды болса, ақпаратты қабылдайтын аудитория үшін де сол маңызды. Ақпарат жеке бір тұлғаға әсер ете отырып, ол оның өмірге немесе болған оқиғаға көзқарасын қалыптастыруға елеулі ықпалын тигізеді. Дәйектілік пен жаңашылдық ақпараттың ең басты үрдісі болып табылады. Ал ақпараттың ішіндегі тікелей эфирдегі жаңалықты алып қарайтын болсақ, оның дәйектілігі ең алдымен, уақыт аясындағы дәлдігінде, яғни, сол сағатта, сол минутта эфирден өтіп, халыққа жетіп үлгеретіндігінде.

Негізінде, жаңалықтарды тікелей эфирден берудің алуан түрлі амалдары бар. Кез келген журналистік материалдың дұрыс және сәтті басталуының маңызы зор. Себебі, алғашқы сөз-

ден кейін-ақ, тыңдарман оны одан әрі тыңдау немесе тыңдамай-ақ қою жөнінде шешім қабылдайды. Осының бәрі санаулы секундтар, әрі кетсе бір минут көлемінде көзді ашып-жұмғанша өте шығатын бір сәттік құбылыс. Бірақ, тыңдарманның жүрегіне жол табу сол сәттен басталатынын тікелей эфирдегі жаңалықтар легін жүргізуші әрдайым есте ұстауға тиісті. Сонымен, журналистік ақпарат дегеніміз болып жатқан оқиғаларды көпшілікке хабарлау, ұғындыру, түсіндіру, баяндау. Таспаға түсіріп алған жағдайда оның сол күнгі датасы, сол сәттегі уақыты көрсетіліп қойылады. Екіншіден, дыбыстық жазбаның өзгеріске ұшырамайтындығы, яғни, таспаға түсірілген біреудің сөзін басқаша етіп өзгертіп беру мүлде мүмкін емес. Ал радиода біреудің сөзі сол қалпында пайдаланылады. Өйткені, ол дыбыстық ақпарат. Қазіргі заманғы радиожурналистиканың тілімен айтқанда, «жанды ақпарат» деп те атайды. Үшіншіден, радиодеректер ұзақ жылдар өтсе де, сол қалпында сақталады. Сондай радиодеректердің арқасында халқымыздың ең қымбат қазынасының бір бөлшегі – Қазақ радиосының Алтын қоры пайда болды. Онда өздері дүниеден өтіп кеткен, бірақ, артына қалдырған іздері сайрап жатқан талай-талай талантты тұлғалардың сөйлеген сөздері, айтқан әндері, шығарған күйлері, академиялық оркестрмен орындалған шығармалары сақтаулы.

Ендігі жерде ақпараттың жаңашылдық сипатына тоқталып өтейік. «Ақпараттың жаңашылдығы аудиторияның сан қилы бағыттары жаңалықтармен танысу қажеттілігінен туындайды. Тыңдарман жаңа болған оқиға жайлы іле-шала ізін суытпай тыңдауға ұмтылады». Сондықтан да жаңалықтар «бүгін», «дәл қазір», «осы сәтте» деген сөздермен басталуы – шарт. Қазіргі таңда жаңалықтар легін тыңдарманға неғұрлым жылдам жеткізу жөнінде радиоарналар арасында оң бағыттағы бәсеке қалыптасқан.

Ал мемлекеттік мүддені ұстану, ұлттық үрдісті дәріптеу тұрғысынан әуе толқынының анағасы Әнуарбек Байжанбаевтың ұлттық нақыштағы үн үрдісінен бастау алатынын профессор Н. Омашев өзінің «Ақпарат әлемі» еңбегінде атап айтқан болатын: «Әнуарбек Байжанбаевтың оқыған жаңалықтарын көпшілік ұйып тыңдады, ол кісінің эфирден айтқан сөздеріне кәміл сенді. Тіпті, жүздеген адам қызмет ететін Қазақ радиосына жазған хатты бір ғана Әнекеңнің атына жазды. Жүзін көрмесе де сол кісіге мұң-мұқтажын айтты, сырын ақтарды, танымаса да көмек сұрады. Міне, миллиондаған

тыңдарманмен ғажайып психологиялық қарым-қатынас орната білудің құдіреті осында болса керек» (Omashev N., 2004).

Әсіресе, тікелей эфир жаңа басталған «90-жылдардың басында Қазақ радиосының «Тәулік тынысы – Панорама дня» ақпаратты-сазды бағдарламасы жедеғабыл, тартымды да татымды жаңалықтар легін ұсынудың озық үлгісін танытты» (Ultyn unzhariasy, 2006). «Тәулік тынысының» тілшілері тыным таппай ел жұрт әлі естіп үлгермеген тың дүниелерді іздеп тауып алуға тырысатын.

Шашау шықпастан, тап-тұйнақтай етіп, тікелей эфирдің тірі тілімен жазылған жаңалықтарды мұрағатта сақталған микрофондық материалдар арасынан тауып алып, көптеген мысалдар келтіруге болады. Бірақ, мәселе мысалда емес, негізгі түйін – соны тікелей эфирге тән етіп жаза білудің қисындарын меңгеруде.

Ресми мәліметтер бойынша елімізде 2765 БАҚ тіркелген екен. Соның құрамындағы электронды БАҚ саны – 238, соның 51-і телевизиялық компания, 48-і радиоккомпания (TNS Central Asia.10.09.2017). Осынау 50-ге жуық радиоарнаның арасынан бүгінгі отандық ақпарат кеңістігіндегі заманауи көшбасшы радиоарналарды қандай артықшылықтарымен таңдай аламыз? Әлбетте, өзінің ұлттық форматымен, мемлекеттік мәртебесімен, тарихи орнымен Қазақ радиосы (Kazakh radio. 08.04.2018.) – өз тұғырында. Аясына «Алтын қор» сиып тұрған шежіреге толы «Шалқар» арнасы (Shalkar 01.02.2018) өзінің тарихи тағдырласы Қазақ радиосының қасынан ойып тұрып орын алатыны баршаға аян. Сондықтан да Қазақ радиосы мен «Шалқар» арнасы – радиоайтылым, радиотренинг, радиорейтинг ұғымдарының үздік үлгісі. Келесі кезекте – жастардың жансерігіне айналған, 15 жас пен 35 жас аралығындағы аудиторияның құлағын өмірдің ырғағымен ұштастырған «Жұлдыз-FM» («Zhuldyz FM», 20.01.2018) және «Love Radio» (Loveradio.kz. 07.03.2018.) радиоарналары. Бұл екі радиоарнаның жүзеге асыратын құбылысы – радиодialog пен радиоырғақ. Радиоырғақты радиосазбен сабақтастырған сағындырған әуендер арнасы – «Радиоретро». Ал соңғы кезде үлкен демей, кіші демей барша жұрттың көңілін баурап алған жаңа шыққан үн – «Dala FM» (Dala FM 05.02.2018.) радиосы. Ал сол жаңа шыққан үнді дүниеге алып келген «Avtoradio» (Avtoradio.04.04.2018.) – заманауи радиоаурналистикадағы радиокөрсеткіш (жол үстіндегі жандар үшін).

Gubasheva D.T.¹, Argynbayeva M.Kh.²

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

²Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: argynbaeva@mail.ru

PROFESSIONAL IMAGE OF A SPECIALIST IN SPHERE PR

The article tells about important factors in the training of specialists in the field of PR. The main purpose of the article is to identify and classify aspects of public relations. Specialist in the field of PR – is responsible for the image of the company and therefore it is necessary to take seriously and responsibly the training of specialists. This profession is exclusive and it is gaining momentum among large companies. Image is often seen in two foreshortenings: as “face” or “mask”, image or mask. The field of activity of PR specialists is not only communication with the media, but also the formation of the company's policy, participation in the development of its strategy, organization of events, fundraising for non-profit organizations and work related to the internal PR organization. In his professional activities, a PR specialist builds a variety of communications. These are organization of press conferences and other events with journalists, the participation of the organization's top officials in secular and protocol events and much more. In principle, PR-specialist is the face of the company.

Key words: image, PR-specialist, public relations, image formation, reputation.

Губашева Д.Т.¹, Аргынбаева М.Х.²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы
e-mail: dariga.79_97@mail.ru

²Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы
e-mail: argynbaeva@mail.ru

PR саласындағы маманның кәсіби бейнесі

Мақалада PR саласының мамандарын даярлаудағы маңызды факторлар туралы айтылады. Негізгі мақсат – қоғаммен байланыс салаларын анықтап және классификациялау болып табылады. PR саласының маманы компанияның сырт келбетіне, яғни имиджіне жауапты. Сондықтан да PR саласының мамандарын даярлауға үлкен жауапкершілікпен қарау керек. Бұл мамандық ерекше болғандықтан, компаниялардың арасында дамып келе жатыр. Имидж немесе сырт келбет негізінен екі жағынан қарастырылады: бет әлпет және бетперде (маска). PR саласының мамандарының жұмысы тек БАҚ өкілдерімен байланыс орнату емес, сонымен қатар компанияның саясатын, стратегиясын құруда, шаралар ұйымдастыруда, коммерциялық емес ұйымдарға қаражат тартуда (ақшаны жинау) және ұйым ішіндегі PR-да рөлі зор. Өзінің кәсіби жұмысында PR-маман әртүрлі байланыстарды орнатады. Оған пресс-конференцияларды ұйымдастыру, тілшілермен байланыс орнату, ұйым атынан сөйлеу және тағы басқасы кіреді. Демек, атап айтқанда, PR-маманы, ол – компанияның сыртқы бет әлпеті.

Түйін сөздер: имидж, PR-маманы, қоғаммен байланыс, бейне (имидж) қалыптасуы, бедел.

Губашева Д.Т.¹, Аргынбаева М.Х.²

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

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: argynbaeva@mail.ru

Профессиональный имидж специалиста в сфере PR

В статье рассказывается о важных факторах, сопутствующих в подготовке специалистов в сфере PR. Главной целью статьи является определить и классифицировать аспекты связи с общественностью. Специалист в сфере PR отвечает за имидж компании и поэтому к подготов-

ке специалистов надо отнестись серьезно и ответственно. Эта профессия эксклюзивная и она набирает обороты среди крупных компаний. Имидж зачастую рассматривается в двух ракурсах: как «лик» или «личина», образ или маска. Поле деятельности PR-специалистов — это не только общение со СМИ, но и формирование политики компании, участие в разработке ее стратегии, организация событий, привлечение средств (фандрайзинг) для некоммерческих организаций и работа, связанная с внутренним PR организации. В своей профессиональной деятельности PR-специалист выстраивает разного рода коммуникации. Это организация пресс-конференций и других мероприятий с журналистами, участие первых лиц организации в светских и протокольных мероприятиях и многое другое. В принципе, PR-специалист — это лицо компании.

Ключевые слова: имидж, PR-специалист, связь с общественностью, формирование имиджа, репутация.

One aspect of the perception and evaluation of an organization is the impression it produces, its image. Image is an artificial imitation or presentation of the external form of an object and, especially, of a person (Webster's explanatory dictionary). Image is a mental representation of a person, a commodity or an institution that is purposefully formed in the mass consciousness with the help of publicity, advertising or propaganda. Image and reputation are related to each other as a form and content. The tasks of image and reputation are similar. They consist in helping the company successfully sell goods or services, attract reliable partners, provide protection from competitors, promote the introduction of new products or services on the market, etc. The buyer is willing to pay more for products of companies with a stable reputation (or a well-formed image), although you can buy the same quality product cheaper from a lesser known company - this is already a rule. In Western companies now the concept of «image» is used less often. More important is that the campaigns are really doing, and not what and how they say about themselves. The term «reputation» has become one of the most important in the dictionary of PR-specialists. Professionals often replace them with the marketing concept of «branding». The reputations concern, first of all, banks and insurance companies and a few are not enough - producers. There is one more problem: managers want to manage their reputation, but do not know how to do it. The mechanism of reputation formation is rather complicated and not well studied. It is known that efforts to shape the image and reputation are constantly intersecting. There are observations that the success of a company on the market is largely determined by the activity to create an image (external attributes, image advertising, promotions, etc.), and participation in the professional community is a work for reputation.

The task of PR-specialists - to take the help of psychologists, in order to make the right choice. In everyday life, people often behave in a pattern, in

accordance with established stereotypes. The latter help to quickly navigate in those life circumstances that do not require special mental analytical efforts. The theory of image is based on several concepts from the psychology of the general theoretical plan - such as stereotype, attitudes, mass consciousness, etc. Social stereotypes are the main thinking material on which mass consciousness is built. Thinking can be thought of as simple reactions to external stimuli, whose role is played by stereotypes-persistent, emotionally colored, simplified models of objective reality that cause a person to have a feeling of sympathy or antipathy for the phenomenon. Stereotyping of the thinking process is connected with the setting that is formed in the process of the previous practice of people (Связи с общественностью).

The basic priorities of forming, building and managing a brand or corporate image through the Internet space are constantly changing. So, constantly there is an evolution of the mechanics of these processes, in parallel with the evolution of the information space itself.

If we assess the current situation, the alignment of forces has changed dramatically. Gradually shifts the balance. In our time, when developing a development strategy, managing the image of an enterprise or brand, PR companies or business owners must take into account many factors. First of all, that the media is no longer a single, dominant, decisive instrument for creating public opinion. Gradually, the importance of traditional media goes into the background. The main engines of such a process are globalization, ubiquitous computerization, the constantly increasing availability of the Internet, as well as the shift in the age indices of the most active users of the global web.

Gradually, the main levers of influence on the reputation and corporate image of the company boldly move to a group of consumers who actively share their emotions, beliefs, opinions, recommendations through the Internet. Brand owners can no longer simply “acquire” the necessary clean, posi-

tive image, by targeted distribution of special messages, advertisements in the media, publications in print media. In our time, this will not be enough. After all, even the largest publications are no longer able to repel millions of different Internet commentators and bloggers. It may sound a little strange, but still the consumer confidence index to the opinion of ordinary Internet users is often several times higher than to the opinion of famous journalists and publications. This can not be ignored. Moreover, it is simply silly to confront, reject this Internet community. Only through interaction can success be achieved. (Имиджи PR, 2017)

The field of activities of PR specialists is not only communication with the media, but also the formation of the company's policy, participation in the development of its strategy, organization of events, fundraising for non-profit organizations and work related to with an internal PR organization. In his professional activities, the PR manager builds all kinds of communications. This organization of press conferences and other events with journalists, the participation of the organization's top officials in secular and protocol events and much more. In principle, a PR manager is the face of a company.

Today the concept of "image" does not have a clear definition. Different researchers interpret it differently: according to F. Kitchen, this is a "set of meanings and meanings", according to F. Kotler this is "a set of ideas, impressions," according to E.A. Blazhenov this is a "visual image of an object". At the philistine level, the concept of image can be defined as the totality of clothing, hairstyle, make-up, manicure, accessories and other things, along with facial expressions, smile, gait, gesture, speech, timbre and height of voice, vocabulary, slang, etc. But each person creates his own image. As for the concept of "professional image", it is an image that corresponds to the specificity of a particular profession, then the idea of a specialist who is formed about him by his managers, subordinates, colleagues, clients of the company. Managing a professional image is the ability to create a positive image that emphasizes the best qualities of a specialist, both personal and business.

There are four dimensions of the image:

- visual image. Forms an external image and is very important, because all the same people are met by clothes. This includes gestures and facial expressions.
- verbal image. The art of communication.
- context image. What surrounds: the circle of communication, a certain environment, the situation in the country and in the world;
- event image. The normative and ethical side of behavior, reputation

In order to determine the ideal favorable image of a PR specialist, first should be determined what the essence of this profession is. It is possible to say with certainty that specialists in public relations, first of all, are specialists in various communications. They organize press conferences and other events with journalists, the participation of the organization's top officials in secular and protocol events and much more. They deal with a variety of problems and issues related to the formation of the image and reputation of the company, and at the same time are the face of the company in the public eye.

Let's take a closer look at image measurements:

- Visual image measurement

Appearance plays an important role in creating the image of a PR specialist. Schopenhauer called beauty the letter of recommendation to society. Therefore, good external data – is first of all. However, the charm of a PR specialist is not only a pleasant appearance, but also the ability to communicate, listen to the interlocutor, dress with taste, behave according to the rules of etiquette. There is one prerequisite for creating an image - constant work on you. Psychologists note that a handsome man is more confident in him and is able to make a good impression on an opponent. However, the lack of attractive appearance does not close the way to the formation of a positive image. "A professional in communications should have to himself, be able to immediately understand the essence of the problem and determine the tasks in order to offer the client an individual scenario of the PR campaign," says Svetlana Dmitrieva, PR manager of RossaRakenneSPb.

"Only a very superficial person does not judge by appearance" this saying belongs to Oscar Wilde. As you know, they meet on clothes, and from this you cannot escape. The first, most persistent impression a person makes on people in the first 7-10 seconds of communication. During this time, people are physically unable to appreciate the mind, education, sense of humor and all the other qualities of man, but they can appreciate his appearance: the image is instantly analyzed by the consciousness and subconscious of the person. "PR-specialist is first of all an interpreter and a negotiator". He should be able to "read" the codes - to notice, feel subtlety, in order to adapt either to the company or to the interlocutor, "said PR-manager of SU-155 Victoria Kabakova. The person silently "speaks" to others about himself: "I am the one you need, you can trust me", and the higher the skill of the PR-manager, the more convincing will be the voice of appearance.

- Verbal dimension of the image

The art of communication is a feature complementing the beautiful appearance. Yaroslav Shalimov, editor-in-chief of the business newspaper "eTatar.ru" considers the basis of professional image - brevity, conciseness, expressiveness of style and style. Ability expressively, briefly and fully express thoughts - an inalienable quality of oratory. "Without the ability to briefly and clearly formulate their thoughts, no beautiful and fashionable outfit will help to achieve understanding.

Assistant editor-in-chief of the magazine "Whiskey" Maria Stepanova is sure that "PR specialists need to gain confidence in communication, learn how to express their thoughts accurately, use voice and intonation correctly, and make the most of their inner charm!". The most important qualities of a successful PR man are literacy, ability to express clearly, clearly and quickly his thoughts both verbally and in writing, the ability to quickly rebuild when changing the situation, to calculate its development.

The task of a PR specialist is the development, creation and maintenance of a certain image. The customer can be either one person or the whole company. There is not much difference in technology. The main thing is to determine the sphere of influence. That is, a public group, on the basis of which a PR campaign will be conducted. Then you can start the "attack". First of all - is through the media. Of course, the tasks of a PR specialist are not limited to communication with the media. This is only part of the work, even if it takes a very long time.

One of the most important qualities of a PR man is creativity. The modern consumer is spoiled by advertising, and in order to draw attention to his project or company, PR managers have to come up with as many non-standard and unexpected moves. To surprise, laugh or shock is to interest, and this is exactly what the PR people are trying to achieve.

- Eventive measurement of the image

The modern PR-specialist first of all must be a leader, endowed with activity, a common focus on success. An important role should be played in this way of imaging, which, above all, must be used in relation to them. We must not forget that the training of public relations specialists helps to realize you as a person, to find your place and role in society, to develop the requirements for continuing education.

In real practice, there are no definite standards for assessing the suitability of a person to work as a PR specialist, but it is desirable to have a humanities education. Therefore PR-specialists are, as a rule, former journalists, sociologists, psychologists, etc. Sometimes they are former employees of advertis-

ing agencies. The basic requirements for the candidate are the ability to clearly express thoughts both verbally and in writing, communicative, energetic, having creativity and enthusiasm, self-confidence, ability to work in a team. Also, knowledge may be required in the particular area of entrepreneurship in which the enterprise specializes. Beginners usually start working as a PR assistant. They conduct PR-archive of the enterprise, collect information for the texts of speeches and brochures. Having accumulated experience, they can independently write texts of news releases, speeches and articles for publication, assist PR specialists in implementing PR-programs developed by PR-manager. Specialists, however, must have at least three years of experience in this field and undergo internal certification. The level of professionalism of a PR specialist is undoubtedly not to be subjected to the slightest doubt. The main thing for us is to determine his personal characteristics. In the work, a PR manager often has to deal with all sorts of surprises, take a decision literally in seconds - therefore, it is necessary to have high stress resistance.

Public relations reflect the ethics of society, the ethics of power at every stage of society's development. The norms and principles of work, fixed in professional and ethical codes, contribute to strengthening the importance and prestige of a PR specialist, establishing a certain level of quality of PR services and removing such a widespread "black" mark from the profession of a public relations specialist. Customers and anyone who needs the services of a qualified PR specialist can be clearly confident that, using the services of a PR specialist who has signed a code of professional ethics, they will receive the necessary results from professionals in the field and, most importantly, in civilized ways, according to the principles of the international PR community. Creation of one's own reputation is an important task for a PR specialist (Toporkova, 2008). Professional image is an image that corresponds to the specificity of a particular profession, then the idea of a specialist who is formed about him by his managers, subordinates, colleagues, clients of the company. Professional image is an important part of the image. In modern life, people are aimed at achieving life success in the labor sphere. Professional career largely depends on the level of development of a positive professional image. Managing a professional image is the ability to create a positive image that emphasizes the best qualities of a specialist, both personal and business.

The features of the professional image are to be able to harmonize the interests of the organization and employees, to be principled in the implementa-

tion of corporate policy and attentive to the needs and demands of people, to be impeccable, honest, reliable, honest, noble, disciplined, etc. (Yudina, 2008).

Forming and changing the image is possible as a result of changes and combinations of the following components:

- objective external data of the person (facial expressions, motor skills, timbre of voice);
- Behavioral features (style of speech, style of dress, gait, etc.);
- social and professional characteristics (social status, profession);
- self-perception (how a person perceives himself in the context of an environment);
- perception by reference groups, i.e. groups with whom the person interacts without intermediaries (mediators - the media);
- a public image created with the help of media mediators. The public image is usually focused on target groups with which the personality does not enter into direct interaction (Elena S, 2008).

In order to stand out in an independent field of knowledge, mankind has accumulated the experience of creating the necessary image for achievement of the set goals for thousands of years. It is impossible to guess at what times there was a need to create an image. It is difficult to say in which country for the first time there was a need for this and who is the founder of image-making. But we can assume that the rudimentary forms of imaging appeared at the stage of the primitive communal system. Image is based on persuasion and influence on people whose behavior can be changed by creating the right image and personal charm. Therefore, we can assume the ancient roots of image. Image is a phenomenon of the 20th century, but its roots go deep into history. As a means of influencing public opinion, not formulated in the term, this activity has existed since ancient times (L.M.Semenova, 2009, p.194).

The aim of image monitoring is to find out on the basis of reliable information how effective the results of image formation are. The goal contains sub-goals: 1) determining the basic level of the student's image competence, the ownership of image technologies; 2) determining the level of student readiness for image-making; 3) determine the level of professional development of a future public relations specialist.

Image competence is an integrative characteristic of knowledge, skills and personal qualities that allow solving a whole class of problems. The essence of image competence lies in the developed

competence model of the public relations specialist, which includes the requirements for this specialist, the professional profile, professional and job requirements, qualification profile, key, universal and professional competencies. We consider the image competence of the future public relations specialist the aspect of his professional qualification and education and define it as an integrative quality of personality necessary for the formation of a positive image. The image competence of the named specialist is a target in forming a professional image and assumes significant changes not only in the content of education, but also in the ways of its development, and, therefore, in the organization of the educational process (L.M.Semenova, 2009, p.21).

How does the public perceive personality through means of one-sided communication. The image is formed through the media, when there is no direct contact of the individual with the society. As a rule, it is targeted to target groups. Whatever the inner world of the individual, from how the image represents the personality to society or another person, the further development of events depends (Polishuk, 2015). There is one more approach to determining the essence of the image, which is based on its functional capabilities. A number of authors treat the concept of "image" as a means, an instrument of psychological influence and a mechanism for manipulating the consciousness of people. Among such interpretations is the understanding of image by O.A. Feofanov: "The image is a reflection of the perceived phenomenon, in which the perspective of perception is deliberately shifted, the perception of certain aspects of the phenomenon is accentuated". In the context in which the term "image" is used in socio-political literature, it denotes a more or less illusory image of that or it is a reflection that arises in the minds of the people themselves, from the outside they can only be offered one or another image model. There is always a gap between the phenomenon and its image. It exaggerates the image, or embellished phenomenon or denigrating it and that, and another is triggered by the creators of the image intentionally " (Анализ понятия "имидж" и его использование в PR-деятельности, 2015).

When working on the image you need to start with the development of the corporate style of the company. Corporate style is a set of color, graphic, verbal, typographic, design permanent elements that provide visual and semantic unity of goods (services), all information originating from the firm, its internal and external design (Понятие имиджа. Функции PR-имиджа, 2009).

- Many bloggers are themselves becoming “influential’s” or “opinion leaders,” both crucial components of Lazarsfeld’s two-step flow theory process.

- The instantaneous 24/7 nature of blogging brings new meaning to the concept of “feedback” initially introduced to communication theory through the conceptual model.

- Blogs bypass traditional news media and, as such, throw a major wrench in the suggestion that these traditional news media set any agenda for public thought. Blogs & Social Media - Public Relations Journal.

- The potential impact for blogs in connection with spiral of silence theory is massive because it provides interesting options and opportunities for minority viewpoints.

- And, the ability of blogs to facilitate two-way symmetrical communication offers tremendous possibilities for the enhancement of excellence theory (Wright & Hinson, 2008)

Rather than broadcast messages to audiences, savvy marketers should encourage participation in social networks to which people want to belong, where dialogue with customers, and between customers, can flourish in Networking sites like MySpace, Facebook, and even Flickr are the perfect forums for this dialog (Weber, 2007). David Meerman Scott an online thought leadership and viral marketing strategist, says, “One of the coolest things about the Web is that when an idea takes off it can propel a brand or a company to seemingly instant fame and fortune” (Wright, D.K. and Hinson, M.D. (2006).

Public relations specialists typically do the following:

- Write press releases and prepare information for the media

- Identify main client groups and audiences and determine the best way to reach them

- Respond to requests for information from the media or designate an appropriate spokesperson or information source

- Help clients communicate effectively with the public

- Develop and maintain their organization’s corporate image and identity, using logos and signs

- Draft speeches and arrange interviews for an organization’s top executives

- Evaluate advertising and promotion programs to determine whether they are compatible with their organization’s public relations efforts

- Develop and carry out fundraising strategies for an organization by identifying and contacting

potential donors and applying for grants (What does a Public Relations Specialist do, 2014).

A PR specialist is expected to appear on public events such as conferences, write press releases and newsletters, and to do a variety of tasks that have an influence on his/her client’s public image. In many cases, this requires a great deal of flexibility in terms of both working place and schedule, especially in times of crisis situations. For example, when negative news about the client gets into public, PR specialist is expected to respond promptly and efficiently in order to help the client retain their good reputation.

A PR specialist may work for a PR firm, or in a PR department of a larger company or non-profit organisation. But many PR specialists also run their own business as consultants or freelance specialists.

Those who want to work as public relations specialists should have these soft skills, which are attributes one is either born with or gains through life experience:

Verbal Communication: Your job requires you to be able to convey information effectively to the public, media, and other members of your organization.

Listening: You will also have to listen carefully so that you can understand what others are telling you and respond appropriately.

Writing: Since writing press releases is a regular part of most PR specialists’ job, excellent writing skills are essential.

Interpersonal: Your dealings with the media and public requires the ability to get along well with others. You must be persuasive and able to negotiate. In addition, as a PR specialist you will have to coordinate your actions with the actions of others, including your colleagues (Dawn Rosenberg McKay, Public Relations Specialist, 2017).

Conclusion

In the image of a PR specialist, personal qualities smoothly pass into business ones. In the first place – is sociability. The main thing in PR is communication. We will notice: with absolutely different people. And not all of them are equally pleasant. And some of them are annoying. But the position obliges “to keep a smile.” This “PR man” will find a common language with any interlocutor, whether it’s a fastidious client or a dumb journalist. Of course, you cannot do without charm. The disposed appearance is always welcome. An enjoyable voice is important: often negotiations must be conducted over the phone. Monotone, “bubbling” intonation,

bad diction does not match the image of a modern PR specialist. He is a kind of actor who can reincarnate depending on the situation. If required - firmly insists

on it's (experts call it "healthy aggressiveness"). If necessary, he makes a compromise, regardless of his own ambitions.

References

- Analiz ponyatiya "imidj" i ego ispolzovanie v PR-deyatelnosti, (2014) [Analysis of the concept of "image" and its use in PR-activities]
- Dawn Rosenberg MCKay, (2017) Public Relations Specialist
- Imidj i PR [Image and PR]
- Polishuk Konstantin, (2015) Tipologia imidja v PR [Typology of the image in the PR]
- Ponyatie imidja. Funkcii PR-imidja, (2009) [The notion of image. Functions of PR-image]
- Svyazi s obshestvennostiu [Public Relations]
- Sushnost, priemy formirovaniya imidja [Essence, methods of image formation]
- Semenova L.M., (2009) Genesis i sovremennoesostoyanie problem formirovaniyaprofessionalnogoimidja [Genesis and the current state of the problem of forming a professional image],p. 194
- Semenova L.M., (2010) Koncepciaformirovaniyaprofessionalnogoimidjabudushhego specialist posvyazyam s obshestvennostiu [The concept of forming a professional image of a future public relations specialist]Chelyabinsk, p. 21
- Toporkova Olga, (2008) Formirovanie sobstvennogo professionalnogo imidja PR-specialista [Formation of own professional image of PR-specialist]
- Yudina Tatyana, (2008) Formirovanie professionalnogo imidja specialist po svyazyam s obshestvennostiu [Formation of a professional image of a specialist in public relations]
- What does a Public Relations Specialist do?
- Wright & Hinson - Public Relations Journal (2008) – Vol. 2, No. 2.
- Weber, L. (2007), Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Wright, D.K. and Hinson, M.D. (2006), "How Blogs are Changing Employee. Communication: Ethical Questions for Corporate Public Relations," Miami, Florida.

Тажина Г.О.¹, Исаева Н.С.²

¹Университет Международного Бизнеса, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: tazhina_g@yahoo.com

²Общественное объединение «Инновационные практики», Казахстан, г. Алматы
e-mail: nurzhauar.issaeva@ucentralasia.org

МОТИВЫ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ФАКТОРАХ ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Проблемы профессиональных предпочтений студентов тесно связаны с восприятием, представлением и приоритетами молодежи в сфере трудовой деятельности. Разработка этих вопросов ведет к решению важных практических задач, позволяет выявить тенденции и содержание профессиональной активности молодого поколения и определить степень его включенности в социум и общественные отношения. Изучение этих проблем особенно важно для поколения студентов, которые в настоящее время обучаются основам профессиональных знаний, и в следующие 2-3 года выйдут на рынок труда и будут производительной силой общества. Молодое поколение, отвечая требованиям времени, пытается сочетать обучение с работой в различных сферах экономики; именно во время получения профессии и с выходом на рынок труда у молодых людей складываются представления о целях профессиональной деятельности и способах их достижения, что отражается на их мотивации, трудовых ориентациях и стратегиях. В связи с этим очевидна потребность в комплексном изучении трудовых установок студенческой молодежи, поскольку в ближайшем будущем сегодняшние студенты займут ключевые места специалистов в экономике страны.

В статье рассматриваются мотивы выбора специальности обучения студенческой молодежью и их представления о социально-психологических факторах, влияющих на трудоустройство. Своевременное определение этих факторов, информационное и психологическое сопровождение в профессиональном самоопределении значительно помогают в формировании социально зрелой личности с сознательным целеполаганием, ответственной за свою деятельность и поведение в профессиональной и гражданской самореализации. Статья отражает результаты социально-психологического исследования в рамках грантового проекта от Некоммерческого акционерного общества «Центр поддержки гражданских инициатив», реализованного Общественным объединением «Инновационные практики».

Ключевые слова: мотивы выбора профессии, трудоустройство молодежи, профессиональные предпочтения, специальность обучения в вузе.

Tazhina G.¹, Issayeva N.²

¹University of International Business, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: tazhina_g@yahoo.com

²Public Association «Innovative Practices», Kazakhstan, Almaty,
e-mail: nurzhauar.issaeva@ucentralasia.org

Student youth: Motives for higher professional education and views on employment factors

Issues of students' professional preferences reflect and are closely related to the perception, representation and priorities of youth in the field of work. The development of these issues leads to the solution of important practical problems, reveals the trends and content of the professional activity of the younger generation and determines the degree of its involvement in society and social relations. The study of these problems is especially important for the generation of students who are currently studying the basics of professional knowledge, and in the next two-three years will enter the labor market and become the productive force of a

society. A young generation that meets the requirements of the time, tries to combine their learning with work in various spheres of the economy. It is during the acquisition of a profession and entry into the labor market young people to develop ideas about the goals of their professional activities and how to achieve them, which affect their motivation, career orientations and strategies. In this regard, the need for a comprehensive study of students' job attitudes is obvious, as in the near future today's students will occupy key positions in the economy of the country. The article examines the motives for choosing majors in higher education by young people and their understanding of social-psychological factors affecting the employment of youth. Timely determination of these factors, informational and psychological support in professional self-determination greatly help in the building of a socially mature personality with a conscious goal setting, responsible for its activities and behavior in professional and civic self-actualization. The article reflects the results of social-psychological research within the grant project framework of the Non-Commercial Joint-Stock Association "Center for Support of Civil Initiatives" implemented by the Public Association "Innovative Practices".

Key words: motives for choosing a profession, employment of young people, professional preferences, higher education major.

Тажина Г.О.¹, Исаева Н.С.²

¹Халықаралық Бизнес Университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: tazhina_g@yahoo.com

²«Әлеуметтік тәжірибе» қоғамдық бірлестігі, Қазақстан, Алматы қ.,
e-mail: nurzhauar.issaeva@ucentralasia.org

Жоғары кәсіптік білім беру және студенттерді жұмысқа орналастыру факторлары туралы идеялар

Студенттердің кәсіптік артықшылықтарының проблемалары жұмыс саласындағы жастарды қабылдау, өкілдік ету және басымдықтарымен тығыз байланысты. Бұл сұрақтарды дамыту практикалық проблемаларды шешуге әкеледі, жас ұрпақтың кәсіби қызметінің үрдістері мен мазмұнын анықтайды және қоғам мен әлеуметтік қарым-қатынастарға оларды тарту дәрежесін анықтайды. Осы проблемаларды зерттеу, қазіргі кезде кәсіби білім негіздерін оқып жатқан студенттердің арасында аса маңызды, алдағы 2-3 жылда еңбек нарығына шығады және қоғамның өнімді күші болады. Уақыт талаптарына жауап беретін жас ұрпақ оқытуды экономиканың әртүрлі салаларында жұмыс істеуімен біріктіруге тырысады; атап айтқанда, оларды ынталандыру, жұмыс бағдары мен стратегияларда көрініс табады, кәсіби қызметі және оларға жетудің жолдарын, мақсаттарын қамтамасыз ету жастар үшін еңбек нарығына мамандық және кәсіби маман дайындау барысында көрінеді. Осыған байланысты студенттің жұмыс орындарын жан-жақты зерделеу қажеттілігі айқын, өйткені жақын арада бүгінгі студенттер ел экономикасында басты орын алады. Мақалада жастарды оқыту мамандығын таңдаудың себептері және жастардың жұмысқа орналасуына әсер ететін әлеуметтік-психологиялық факторлар түсіндіріледі. Алдын ала осы факторларды сәйкестендіру, ақпарат және кәсіби және азаматтық өзін-өзі іске асыруға, олардың іс-әрекеттері мен мінез-құлық үшін жауапты саналы мақсат-параметрімен әлеуметтік жетілген адамның қалыптасуына елеулі көмек, кәсіби өзін-өзі анықтау, психологиялық қолдау. Мақала қоғамдық бірлестігі «Инновациялық практикасы» жүзеге асырып отырған коммерциялық емес акционерлік қоғамының «Азаматтық бастамаларды қолдау орталығы», гранттық жобасы аясында әлеуметтік-психологиялық зерттеу нәтижелерін көрсетеді.

Студенттердің кәсіптік артықшылықтарының проблемалары жұмыс саласындағы жастарды қабылдау, өкілдік ету және басымдықтарымен тығыз байланысты. Осы мәселелерді шешу маңызды практикалық міндеттерді шешуге, жас ұрпақтың кәсіптік қызметінің тенденцияларын және мазмұнын анықтайды және қоғам мен қоғаммен байланысқа түсу дәрежесін анықтайды. Мақалада жастарды оқыту мамандығын таңдаудың себептері және жастардың жұмысқа орналасуына әсер ететін әлеуметтік-психологиялық факторларды түсіну қарастырылған. Бұл факторларды өз уақытында анықтау, кәсіби өзін-өзі анықтауда ақпараттық және психологиялық қолдау қоғамдағы жетілген тұлғаны қалыптастыруға, өз қызметіне кәсіби және азаматтық өзін-өзі жетілдірудегі мінез-құлқына жауапты мақсатқа жетуге көмектеседі.

Түйін сөздер: мамандық таңдау себебі, жастарды жұмысқа орналастыру, мамандық таңдау артықшылығы, ЖОО оқу мамандығы.

Введение

Этап высшего профессионального обучения сопровождается адаптацией личности к будущей профессии, когда уточняются профессиональные

притязания и определяется «правильность выбора профессии». Проблемы профессиональных предпочтений этого периода отражают и тесно связаны с восприятием, представлением и приоритетами молодежи в сфере трудовой

деятельности. Разработка этих вопросов ведет к решению важных практических задач, позволяет выявить тенденции и содержание профессиональной активности молодого поколения и определить степень его включенности в социум и общественные отношения.

Исследование этих проблем особенно важно в поколении студентов, кто в настоящее время обучается основам профессиональных знаний, и в следующие 2-3 года выйдут на рынок труда и будут производительной силой общества. Молодое поколение, отвечая требованиям времени, пытается сочетать обучение с работой в различных сферах экономики; именно во время получения профессии и с выходом на рынок труда у молодых людей складываются представления о целях профессиональной деятельности и способах их достижения, что отражается на их мотивации, трудовых ориентациях и стратегиях. В связи с этим очевидна потребность в комплексном изучении трудовых установок студенческой молодежи, поскольку в ближайшем будущем сегодняшние студенты займут ключевые места специалистов в экономике страны.

Несмотря на то, что эти проблемы изучались многими учеными, трудовые ценности студенческой молодежи, их состояние в современных условиях остаются еще недостаточно исследованными, что определило выбор темы данной статьи, отражающей результаты социально-психологического исследования в рамках проекта Общественного объединения «Инновационные практики» от НАО «Центр поддержки гражданских инициатив».

Объектом исследования является студенческая молодежь как особая социальная группа.

Предмет исследования – предпочтения в профессиональных выборах студентов Казахстана, мотивы выбора специальности обучения, социальные факторы, влияющие на трудоустройство молодежи в восприятии студенчества.

Цель исследования – изучить мотивы выбора специальности обучения студенческой молодежью и их представления о социально-психологических факторах, влияющих на трудоустройство молодежи. Известно, что своевременное определение этих факторов, информационное и психологическое сопровождение в профессиональном самоопределении значительно помогают в формировании социально зрелой личности с сознательным целеполаганием, ответственной за свою деятельность и поведение в профессиональной и гражданской самореализации.

В статье решались следующие задачи: 1. Выявить основные мотивы профессиональных предпочтений у студентов, получающих высшее образование по разным специальностям в семи регионах Казахстана. 2. Определить основные мотивы трудовой занятости молодежи, обучающейся в вузе. 3. Выделить факторы, влияющие на трудоустройство молодежи, в восприятии студенчества; проанализировать место и роль трудовых установок студенческой молодежи.

Участники и методы

В проведенном исследовании участвовали студенты 1-2 курсов из 11-ти университетов и 6-ти колледжей в семи регионах РК. Опрошенными студентами обучаются в указанных университетах и колледжах по дневной форме, на русском и казахском языках по 10-и направлениям подготовки. В т.ч. 68% студентов – в возрасте 18-19 лет, 26% студентов в возрасте 20-21 года, остальные 8% студентов представляют возраст 22-25 лет. В гендерном соотношении, из 2874 студентов в опросе участвовали 1196 юношей и 1677 девушек.

В г. Алматы как мегаполисе РК и городе с наибольшим количеством ВУЗов в опросе участвовали студенты 5 университетов: Университета Международного Бизнеса, УМБ; Казахского Национального Аграрного Университета, КазНАУ; Казахского национального технического университета имени К. И. Сатпаева, КазНТУ; Казахского национального университета имени аль-Фараби, КазНУ; Казахского национального педагогического университета им. Абая, КазНПУ. Далее приводим университеты и колледжи по регионам РК, участвовавшие в социологическом опросе. Астана: Финансовая Академия при Министерстве Финансов РК; Атырау: Атырауский государственный университет им. Х.Досмухамедова и Атырауский институт нефти и газа; Актобе: Актюбинский региональный государственный университет им. А.Жубанова; Костанай: Костанайский государственный педагогический институт (КГПИ); Шымкент: Южно-Казахстанский государственный университет имени М.Ауэзова; Талдыкорган: Талдыкорганский колледж промышленной индустрии, Талдыкорганский медицинский колледж, Талдыкорганский юридический колледж, Колледж сервиса и технологий, Агротехнический колледж, Текелийский профессиональный колледж.

Обзор литературы

Профессиональное самоопределение личности, выбор профессии – сложный и продолжительный процесс, занимающий значительный период жизни. Его эффективность определяется мотивами профессионального выбора, степенью согласованности психологических возможностей человека с содержанием и требованиями профессиональной деятельности, а также сформированностью у личности способности адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям в связи с устройством своей профессиональной карьеры (Зеер, 2005; Freudenberg, Cameron & Brimble, 2011; Greenbank, 2011).

Проблемы мотивов профессионального выбора и профессионального самоопределения молодежи изучаются многими исследователями в связи с планами модернизации образования, недостаточностью профконсультирования в учреждениях высшего образования (Климов, 2004; Knight & Yorke, 2004). Как показывают исследования, эти проблемы отражаются на неудовлетворенности студентом обучаемой специальности, и позже обнаруживают неудовлетворенность выбранной профессией (Поваренко, 2002; Komarraju, Swanson & Nadler, 2014).

В связи с важностью данной проблемы, проводились и кросскультурные сравнительные исследования в Германии, Финляндии, Италии и Великобритании (Lindberg, 2009). Так, изучение мотивации выбора профессии психолога у студентов России и Азербайджана показало, что формирование этой мотивации зависит от той социально-экономической ситуации, в которой происходит выбор профессии. В соответствии с обнаруженными в исследовании различиями у двух групп испытуемых авторы считают, что профессиональное обучение в университете должно иметь психолого-педагогическое сопровождение для создания более объективного представления об обучаемой специальности, которое позволило бы предупредить разочарование при столкновении с реальностью (Родина & Прудников, 2006).

Исследование мотивации профессиональных выборов студентов университета в Германии позволило выявить их разнообразные причины, которые были сгруппированы авторами в взаимосвязанные категории «Статус ориентации», «Самореализация» и «Самоопределение» (Haase & Lautenschläger, 2011). Исследователи считают, что результаты могут быть полезны для педагогов в их карьерной ориентации студентов,

а также для практиков, чтобы понять и принять решения о профессиональной деятельности и найме выпускников.

При этом, содержание карьерных ориентаций выпускников российских вузов обнаруживает расхождение декларируемых и реальных карьерных ориентаций, что формирует внутреннюю конфликтность и влияет на качество карьерного развития и перспективность выпускников (Миронова-Тихомирова, 2006). В связи с этим автор заключает, что необходимо формировать и развивать психологические центры вузов с целью уточнения карьерных целей и приоритетов студентов и формирования личностной карьерной и профессиональной готовности. Психологическую готовность студента к профессиональной деятельности возможно развивать через рефлексивные техники (Войтюк, 2004) или развитие навыков в принятии решений (Mason, Williams & Cranmer, 2009; Tansley, Jome, Haase & Martens, 2007) и профессиональных компетенций (Jackson & Wilton, 2016).

Анализ современных тенденций в профессиональных мотивах молодежи проведен в работах Д. Л. Константиновского (2016). Автор показал высокую мотивацию к труду у студенческой молодежи и стремление молодежи к образованию как один из важнейших ресурсов, которым может обладать страна, один из первостепенных двигателей развития. В связи с переменами, которые происходят в мире, профессиональные ориентации молодежи приобретают всё большее значение; поэтому, обязанность общества – изучать и совершенствовать стремление молодежи к образованию (Smith, 2010).

Ряд исследователей изучали ценностные ориентации студенческой молодежи в сфере труда в условиях трансформирующейся экономики (Покида, 2002), и собственно трудовые ценности студенческой молодежи (Корж, 2010; 2011). Показано, что будущие специалисты отдают предпочтение содержательным и профессионально-статусным мотивам, побуждающим их выбирать ту или иную работу. При этом ведущую роль в достижении своих целей молодые люди отводят ценности образования.

Проблема трудовой занятости студенческой молодежи подробно анализируется в работах современных исследователей (Большакова, 2005), в которых показана высокая экономическая активность молодого поколения (Дымарская, 2006), влияние нововведений в системе образования и как это влияет на профессиональную деятельность молодежи (Чередниченко, 2009),

мотивационные предпочтения студентов и абитуриентов в сфере профессиональной деятельности (Виштак, 2003).

Исследователи S.Zlate и G.Cucui (2015) акцентируют внимание на взаимосвязи мотивации студентов к обучению в университете и организационных стратегиях администрации, внешних и внутренних факторах мотивации к продолжению высшего образования и профессиональной карьеры. При этом, как самый важный внешний фактор идентифицирован – «увеличить мои профессиональный потенциал», и как самый важный внутренний фактор определен – «продвижение моего личностного роста» (Knutsen, 2011). Исследование мотивов обучения и карьерных устремлений бакалавров из 21 британского университета показало, что студенты демонстрируют активные действия в планировании трудовой деятельности, развитии навыков, консультациях по вопросам карьеры и построении социальных сообществ (Clements & Kamau, 2017).

Таким образом, обзор современной литературы показывает, что высокая мотивация к труду у студенческой молодежи основана на стремлении стать высококвалифицированным профессионалом, и во многом связана со стратегиями построения профессиональной карьеры и самореализации.

Результаты и обсуждение

Исследуемая выборка студентов представлена различными специальностями, которые были сгруппированы согласно «Классификатору

специальностей высшего и послевузовского образования РК» (2017). Группа специальностей «Образование» представлена наибольшим количеством студентов, 32% от общего числа. Студентов групп специальностей «Социальные науки» – 26%, и «Технические науки» – 20%. Остальные группы специальностей, хотя и представлены, но количество студентов этих специальностей незначительно – от 0,5 до 7,2%. Выявленное соотношение студентов различных специальностей по регионам ожидаемо и объяснимо: обусловлено научной и образовательной направленностью подготовки специалистов тех университетов, которые участвовали в проекте. Таким образом, в опросе участвовали студенты всех групп специальностей, приведенных в Каталоге, кроме медицинских специальностей.

В связи с изучаемой проблемой мотивов поступления в вуз рассмотрим вариации студенческих ответов (рисунок 1). В изучаемой выборке студентов, очевидно, самореализация (реализовать свои способности) является наиболее сильным мотивом поступления в ВУЗ – 27,4% студентов. Также значим для студентов мотив «достичь высокого положения в обществе» – 22%. В меньшей, но в равной степени значимы мотивы «иметь интересную увлекательную работу» – 17,5% и «под влиянием родителей» – 16,4%. «Сделать профессиональную карьеру» является мотивом у 10,7% студентов. Т.е. приведенные данные свидетельствуют: 94% опрошенных студентов осознают свои мотивы поступления в ВУЗ.

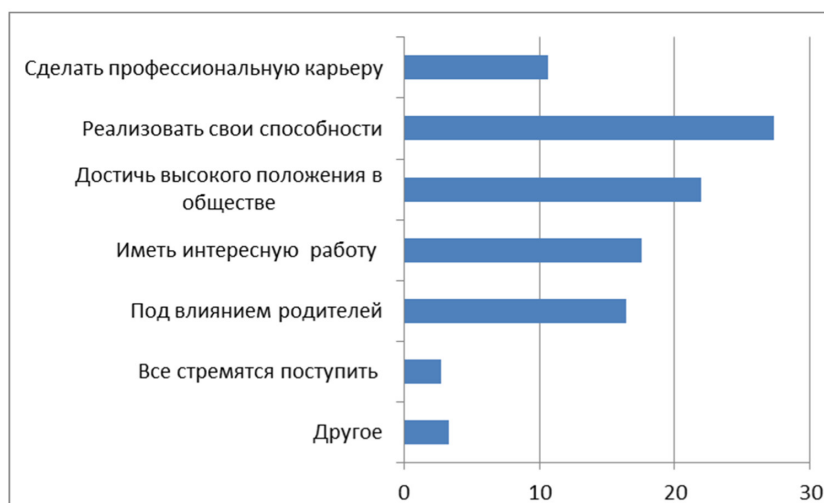


Рисунок 1 – Мотивы поступления в вуз студенческой молодежи по регионам (%)

И лишь 2,7% студентов указали мотив «все стремятся поступить» и 3,3% выбрали ответ «другое», что возможно, показывает неготовность этих студентов к выбору специальности обучения и будущей профессии.

Анализ ответов на вопрос «Удовлетворены ли Вы выбором профессии?» выявил, что в среднем 74,1% всех опрошенных студентов полностью довольны выбором профессии, при этом наиболее высокая удовлетворенность выявлена у студентов Актобе (83,3%) и Атырау (81,2%), наименьшие показатели по Шымкен-

ту (66,4%) и Алматы (64,4%). Не довольны выбранной профессией 11,2% студентов, при этом разница между регионами в ответах «не доволен» – значительная от 5,6% (Астана) и до 22,5% (Шымкент). В среднем, 14,6% студентов затрудняются ответить, также ответы варьируют от 3,7% (Атырау) до 23,7% (Алматы).

Для определения тесноты и направленности взаимосвязи между мотивами поступления в вуз и удовлетворенностью выбранной профессией был рассчитан коэффициент ранговой корреляции Спирмена (табл. 1).

Таблица 1 – Корреляционный анализ мотивов поступления в вуз и удовлетворенности выбранной профессией студентов

Удовлетворенность выбранной профессией студентов	Мотивы поступления в вуз					
	Под влиянием родителей	Иметь интересную работу	Достичь высокого положения в обществе	Реализовать свои способности	Сделать профес- сиональную карьеру	Все стремятся поступить
полностью доволен	0,24	-0,12	0,74	0,80*	0,28	-0,03
не доволен	0,82*	0,57	0,14	0	-0,29	0,19
затрудняюсь ответить	-0,25	0,11	-0,21	-0,36	0,57	-0,13
* значение достоверно на уровне $p \leq 0,05$.						

Данные анализа обнаружили интересные зависимости. Установлена статистически значимая прямая и высокая корреляция ($R=0,80$) между таким мотивом поступления в вуз, как «реализовать свои способности» и удовлетворенностью выбранной профессией студентов. И также выявлена статистически значимая прямая и высокая корреляция ($R=0,82$) между таким мотивом поступления в вуз, как «под влиянием родителей» и неудовлетворенностью выбранной профессией студентов. Результаты показывают, что профессиональный выбор и самоопределение должны быть осознанными решениями молодежи. Остальные показатели взаимосвязи варьируют от слабых отрицательных до прямых средней степени значений, но не достигают уровня статистической значимости.

Вопрос о текущей трудовой занятости студентов в период их обучения в вузе выявил, что подавляющее большинство, 83% студентов всей выборки не работают и соответствен-

но 17% студентов совмещают учебу с трудовой деятельностью. При этом больше работающих студентов в Шымкенте (26,5%) и Талдыкоргане (22,7%), меньше всего работающих студентов в Актобе (8,9%).

В качестве дополнения к этому вопросу было изучено отношение студентов к мнению «Трудовая занятость во время учебы не мешает». Результаты анализа представлены на рисунке 3.

Очевидно, контингент студентов (14,4% всей выборки), которые вынуждены работать и составляют в основном ту группу студентов, которые работают. Количество студентов, которые хотели бы работать, достаточно высокое, более одной трети опрошенных студентов. По-видимому, те, кто считает, что трудовая занятость «не мешает, или почти не мешает» тоже не против работать в студенческие годы. Аналогичные результаты приводят и зарубежные исследователи, отмечая ценность и важность частичной трудо-

вой занятости в глазах студентов (Helyer & Lee, 2014; Robotham, 2012; Tymon, 2013).

Возможно, это предпочтение совмещать трудовую занятость и учебу в университете объясняют ответы на вопрос «Какие основные трудности испытывает молодежь при трудоустройстве?» Как видно, 44,4% студентов считают, при трудоустройстве «везде требуется опыт работы» (рис.3). Возможно, этим можно объяснить желание многих опрошенных студентов работать, как было показано выше. 23,7% сту-

дентов полагают, что сложно устроиться по своей специальности. В среднем, 9,2 – 11,4% студентов называют в числе трудностей молодежи при трудоустройстве: не хватает информации о рынке труда, способах поиска работы, отсутствие крутых связей, отсутствие навыков делового общения, ведения переговоров, неуверенность. Т.е., студенты определяют и внутренние и внешние факторы, которые вызывают трудности при трудоустройстве молодежи.

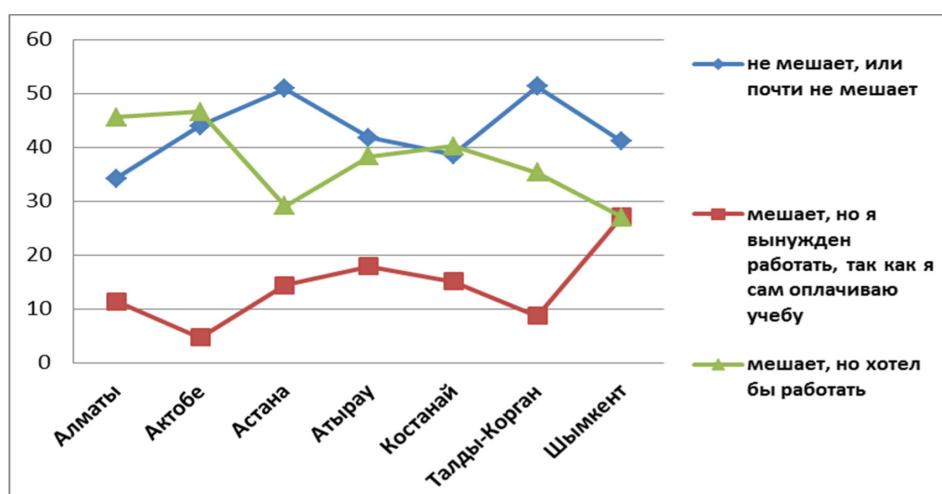


Рисунок 2 – Оценка студентами мнения «Трудовая занятость во время учебы не мешает», %



Рисунок 3 – Основные трудности молодежи при трудоустройстве по мнению студентов

Также было изучено восприятие студентов об определяющих факторах при приеме на работу молодежи (таблица 2).

Таблица 2 – Определяющие факторы при приеме на работу молодежи в восприятии студентов по регионам (%)

Факторы	Алматы	Актобе	Астана	Атырау	Костанай	Талды-корган	Шымкент
наличие соответствующего образования	27,4	43,7	21,4	44,2	43,7	40,3	25,3
наличие опыта работы в данной области	38,6	34,7	41,9	28,8	34,2	35	28,8
наличие связей	12,1	9,5	22,3	10,5	7,4	8,3	21,7
личные качества, целеустремленность	14,9	9,1	10,5	11,2	9,3	8,7	18,7
презентабельный внешний вид	0,7	0,7	1,9	2,8	2,6	2	3,5
владение дополнительными навыками	2,6	0,9	1,6	2,1	0,9	3,7	1,2

Студенты уверены и снова подтверждают свое мнение (28,8-41,9%): важно наличие опыта работы в данной области. Наряду с опытом, 25,3-44,2% студентов указывают необходимость наличия соответствующего образования. В равной степени студенты считают, что важными факторами при приеме на работу молодежи являются такие разнонаправленные факторы, как «наличие связей» (7,4-22,3%) и «личные качества, целеустремленность» (9,1-18,7%). При этом, по последним двум факторам, как видно из таблицы, имеются значимые различия по регионам. Такие факторы, как презентабельный внешний вид и владение дополнительными навыками, имеют значение для незначительной части студентов, соответственно 0,7-3,5% и 0,9-3,7% студентов.

Однако корреляционный анализ взаимосвязи этих определяющих факторов при приеме на работу молодежи и убеждений студенчества о том, от чего в наибольшей степени зависит их благосостояние, выявил обратное (табл.3). Именно: В заданных условиях жизни общества, по мнению студентов, презентабельный внешний вид имеет высокое значение. Об этом свидетельствует высокая положительная корреляция между этими показателями. Можно заключить, что в социальных и культурных ценностях общества превалирует внешняя презентабельность человека, что хорошо усвоила молодежь, и при всей рациональности и незначительном количестве ответов на предыдущий вопрос, корреляция показывает, возможно, более глубокие приоритетные ценности внешнего вида, импозантности.

Таблица 3 – Корреляционный анализ определяющих факторов при приеме на работу молодежи и их благосостояния в восприятии студенчества

	наличие соответствующего образования	наличие опыта работы в данной области	наличие связей	личные качества, целеустремленность	презентабельный внешний вид	владение дополнительными навыками
от заданных условий жизни в обществе	0,063	-0,464	0,214	0,393	0,991**	-0,286
от самого себя, от моей целеустремленности и активности	-0,045	0,536	0,143	0,321	-0,313	-0,321
от условий жизни и собственных усилий в равной степени	-0,116	0,920**	0,402	-0,063	-0,536	0,045
** значение достоверно на уровне $p \leq 0,01$						

Найдена также высокая положительная значимая корреляция между фактором «наличие опыта работы в данной области» и таким сочетанным фактором багосостояния как «условия жизни и собственные усилия» молодежи. Как видно, студенты осознают важность и приоритет опыт работы в выбранной профессии, это убеждение, как ценность трудовой деятельности и карьеры отмечается в ответах на разные вопросы.

Остальные показатели сопряженности этих факторов варьируют от отрицательных (-0,536) до прямых (+0,536) и средней силы корреляций, но не достигают уровня статистической значимости.

В связи с указанными дополнительными навыками при приеме на работу также изучалось мнение студентов относительно потребности молодых специалистов в дополнительном обучении (рис.4).

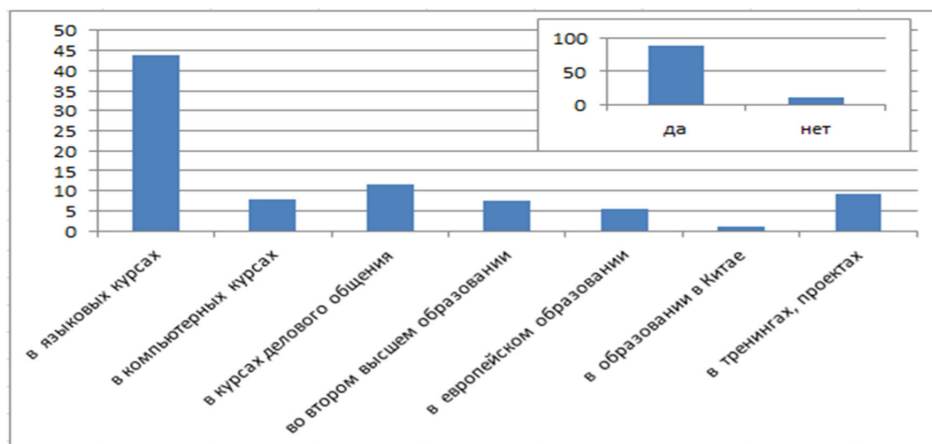


Рисунок 4 – Восприятие студенчества: нуждаются ли молодые специалисты в дополнительном обучении (если «да», то в каком виде обучения)?

Подавляющее большинство студентов (88,9%) считают, что молодые специалисты нуждаются в дополнительном обучении, но также есть студенты (11,1% выборки), которые считают, что молодые специалисты не нуждаются в дополнительном обучении. Ранжирование утвердительных ответов показывает, что наиболее востребованными для студенческой молодежи являются языковые курсы – 43,8%, что свидетельствует косвенно о требованиях полиязычного образования и глобализации. В порядке убывания востребованы: курсы делового общения – 11,4%, тренинги и проекты – 9,36%, компьютерные курсы – 7,72%, второе высшее образование – 7,59%.

Заключение

Изучение мотивов выбора специальности обучения студенческой молодежью и их представления о социально-психологических факторах, влияющих на трудоустройство молодежи, выявило следующее: подавляющее большинство опрошенных студентов РК осознают

свои мотивы поступления в ВУЗ, довольны выбором профессии. При этом структура мотивов поступления в вуз, удовлетворенность выбранной профессией по регионам отличается значительно. Подавляющее большинство студентов не совмещают учебную деятельность с трудовой, однако третья часть опрошенных студентов заинтересована в трудовой занятости уже в студенчестве. По-видимому, при наличии соответствующих условий, студенты предпочитают иметь опыт профессиональной деятельности по выбранной специальности. Косвенно на этот факт указывает то, что половина студентов уверена, что при трудоустройстве «везде требуется опыт работы». Четверть выборки студентов считает, что сложно устроиться по своей специальности.

В числе трудностей молодежи при трудоустройстве студенты указывают: недостаток информации о рынке труда, способах поиска работы, отсутствие крутых связей, отсутствие навыков делового общения, ведения переговоров, неуверенность. Т.е., это и внешние объективные, и внутренние субъективные, личност-

ные барьеры при трудоустройстве студентов РК.

Определяющим фактором при приеме на работу треть студентов считает наличие опыта работы в данной области. Другая треть студентов указывает необходимость соответствующего образования. Другие важные, но разнонаправленные факторы при приеме на работу в восприятии студентов: наличие связей и личные качества, целеустремленность. При этом, по последним двум факторам имеются значимые различия по регионам.

Наиболее востребованными для молодых специалистов в качестве дополнительных навыков студенты выделили языковые курсы. В порядке убывания востребованы: курсы делового

общения, тренинги и проекты, компьютерные курсы, второе высшее образование.

Приведенный анализ является одним из блоков исследования и в последующей серии публикаций предполагается анализ профессиональных выборов сквозь призму патриотических, семейных, религиозных ценностей молодежи РК. Расширенное и углубленное изучение этих факторов социокультурной адаптации молодежи мы рассматриваем как компонент формирования культурной интеллигенции Казахстана, социально зрелой личности с сознательным целеполаганием, ответственности за свою деятельность и поведение в профессиональной и гражданской самореализации.

Литература

- Clements, A.J., Kamau, C. 2017. Understanding students' motivation towards proactive career behaviours through goal-setting theory and the job demands-resources model. *Studies in Higher Education*.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03075079.2017.1326022>
- Freudenberg, B., C. Cameron, and Brimble, M. 2011. The Importance of Self: Developing Students' Self-efficacy Through Work Integrated Learning. *The International Journal of Learning*, 17 (10): 479-96.
- Greenbank, P. 2011. I'd Rather Talk to Someone I Know than Somebody Who Knows' – The Role of Networks in Undergraduate Career Decision-Making. *Research in Post-Compulsory Education*, 16 (1): 31-45.
- Haase, H., Lautenschläger, A. Career Choice Motivations of University Students. *International Journal of Business Administration* Vol. 2, No. 1; February 2011
- Helyer, R., and Lee, D. 2014. The Role of Work Experience in the Future Employability of Higher Education Graduates. *Higher Education Quarterly*, 68 (3): 348-72.
- Jackson, D., and Wilton, N. 2016. Developing Career Management Competencies among Undergraduates and the Role of Work-Integrated Learning. *Teaching in Higher Education*, 21 (3): 266-86.
- Knight, P., and Yorke, M. 2004. *Learning, Curriculum and Employability in Higher Education*. Abingdon: Routledge.
- Knutsen, D.W. 2011. *Motivation to Pursue Higher Education*. Dissertation for the Degree of Doctor of Education. Olivet Nazarene University. School of Graduate and Continuing Studies.
- Komarraju, M., Swanson, J., and Nadler, D. 2014. Increased Career Self-efficacy Predicts College Students' Motivation, and Course and Major Satisfaction. *Journal of Career Assessment*, 22 (3): 420-32.
- Lindberg, M. E. 2009. Student and Early Career Mobility Patterns among Highly Educated People in Germany, Finland, Italy, and the United Kingdom. *Higher Education*, 58 (3): 339-58.
- Mason, G., Williams, G., and Cranmer, S. 2009. Employability Skills Initiatives in Higher Education: What Effects Do They Have on Graduate Labour Market Outcomes? *Education Economics*, 17 (1): 1-30.
- Robotham, D. 2012. Student Part-Time Employment and Consequences. *Education + Training*, 54 (1): 65-75.
- Smith, V. 2010. Enhancing Employability: Human, Cultural, and Social Capital in an Era of Turbulent Unpredictability. *Human Relations*, 63 (2): 279-303.
- Tansley, D. P., Jome, L. R., Haase, R. F., and Martens, M. P. 2007. The Effects of Message Framing on College Students' Career Decision Making. *Journal of Career Assessment*, 15 (3): 301-16.
- Tymon, A. 2013. The Student Perspective on Employability. *Studies in Higher Education*, 38 (6): 841-56.
- Zlate, S., Cucui, G. 2015. Motivation and Performance in Higher Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Volume 180, pp. 468-476
- Большакова, О. А. Оплачиваемая работа в жизни студентов // Социологические исследования. – 2005. – №4. – С.77-89.
- Виштак, О. В. О мотивационных предпочтениях студентов и абитуриентов // Социологические исследования. – 2003. – №2. – С. 63-72.
- Войтюк Д.К. Влияние рефлексии на формирование психологической готовности личности к профессиональной деятельности.: Дисс. ... канд.психол. наук. – Новосибирск, 2004. – 224 с.
- Дымарская, О. Я. Профессиональное образование и рынок труда: опыт и перспективы взаимодействия //Россия реформирующаяся: Ежегодник 2005 / Отв. ред. Л. М. Дробижева. – М.: Институт социологии РАН, 2006.
- Зеер Э.Ф. Психология профессий. – М.: Академический проект, 2005.

Классификатор специальностей высшего и послевузовского образования РК https://edu.gov.kz/ru/page/deyatelnost/visshee_i_poslevuzovskoe_obrazovanie/klassifikator_spetsialnostei_visshego_i_poslevuzovskogo_obrazovaniya_respubliki_kazakhstan 03.03.2017

Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. – М.: Академия, 2004.

Константиновский Д. Л. Формирование ориентаций молодежи в сфере образования // Вестник Института социологии. 2016. № 19. С. 13-27

Корж Н.В. Ценностные предпочтения студенческой молодежи в сфере труда // Известия высших учебных заведений поволжский регион. Общественные науки. 2010. – №2. – С. 45-53.

Корж, Н. В. Высшее профессиональное образование в структуре ценностей студенческой молодежи // Известия высших учебных заведений поволжский регион. Общественные науки. 2011. – №1. – С. 36-42

Миронова-Тихомирова А.С. Психологическая структура карьерной готовности выпускника вуза.: Дисс. ... канд. психол. наук. – Хабаровск, 2006. – 161 с.

Поваренков Ю.П. Психологическое содержание профессионального становления человека. – М.: Изд-во УРАО, 2002.

Покида А. Н. Ценностные ориентации студенческой молодежи / А. Н. Покида // Социология власти. Информационно-аналитический бюллетень №3. – М.: РАГС, 2002.

Родина О.П., Прудников П.Н. Изучение мотивации выбора профессии: методический аспект // Вестник Моск. Ун-та. Сер.14. психология. 2006. – №3. – С.70-77.

Чередниченко, Г. А. Новое в образовании и профессиональной деятельности молодежи // Социологические исследования. 2009. – №7. – С. 91-100.

References

Bol'shakova O. A. (2005) Oplachivayemaya rabota v zhizni studentov [Paid work in the life of students]. Sociological research, vol.4, pp.77-89.

Cherednichenko G. A. (2009) Novoye v obrazovanii i professional'noy deyatelnosti molodezhi [New in Education and Professional Activity of Youth]. Sociological Research, vol.7, pp.91-100.

Clements, A.J., Kamau, C. 2017. Understanding students' motivation towards proactive career behaviours through goal-setting theory and the job demands-resources model. Studies in Higher Education.

Dymarskaya, O. Y. (2005) Professional'noye obrazovaniye i rynek truda: opyt i perspektivy vzaimodeystviya [Vocational education and labor market: experience and prospects of interaction]. Yearbook Russia reformed. Moscow: Institute of Sociology.

Freudenberg, B., C. Cameron, and Brimble, M. 2011. The Importance of Self: Developing Students' Self-efficacy Through Work Integrated Learning. The International Journal of Learning, 17 (10): 479-96.

Greenbank, P. 2011. I'd Rather Talk to Someone I Know than Somebody Who Knows' – The Role of Networks in Undergraduate Career Decision-Making. Research in Post-Compulsory Education, 16 (1): 31-45.

Haase, H., Lautenschläger, A. Career Choice Motivations of University Students. International Journal of Business Administration Vol. 2, No. 1; February 2011

Helyer, R., and Lee, D. 2014. The Role of Work Experience in the Future Employability of Higher Education Graduates. Higher Education Quarterly, 68 (3): 348-72.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03075079.2017.1326022>

Jackson, D., and Wilton, N. 2016. Developing Career Management Competencies among Undergraduates and the Role of Work-Integrated Learning. Teaching in Higher Education, 21 (3): 266-86.

Klassifikator spetsial'nostey vysshego i poslevuzovskogo obrazovaniya RK [Classifier of specialties of higher and postgraduate education of the Republic of Kazakhstan]. https://edu.gov.kz/ru/page/deyatelnost/visshee_i_poslevuzovskoe_obrazovanie/klassifikator_spetsialnostei_visshego_i_poslevuzovskogo_obrazovaniya_respubliki_kazakhstan. 03.03.2017.

Klimov Ye.A.(2004) Psikhologiya professional'nogo samoopredeleniya [Psychology of professional self-determination]. Moscow: Academia, 2004.

Knight, P., and Yorke, M. 2004. Learning, Curriculum and Employability in Higher Education. Abingdon: Routledge.

Knutsen, D.W. Motivation to Pursue Higher Education. Dissertation for the Degree of Doctor of Education. Olivet Nazarene University. School of Graduate and Continuing Studies. May 2011.

Komaraju, M., Swanson, J., and Nadler, D. 2014. Increased Career Self-efficacy Predicts College Students' Motivation, and Course and Major Satisfaction. Journal of Career Assessment, 22 (3): 420-32.

Konstantinovskiy D. L. (2016) Formirovaniye oriyentatsiy molodozhi v sfere obrazovaniya [Formation of youth orientations in the sphere of education]. Bulletin of the Institute of Sociology, vol.19, 13-27.

Korzh N. V. (2011) Vyssheye professional'noye obrazovaniye v strukture tsennostey studencheskoy molodezhi [Higher vocational education in the assembly of values of student youth]. News of higher educational institutions of the Volga region: Social Sciences, vol.1, pp.36-42.

Korzh N.V. (2010) Tsennostnyye predpochteniya studencheskoy molodezhi v sfere truda [Value preferences of student youth in the sphere of labor]. News of higher educational institutions of the Volga region: Social Sciences, vol.2, pp.45-53.

Lindberg, M. E. 2009. Student and Early Career Mobility Patterns among Highly Educated People in Germany, Finland, Italy, and the United Kingdom. Higher Education, 58 (3): 339-58.

Mason, G., Williams, G., and Cranmer, S. 2009. Employability Skills Initiatives in Higher Education: What Effects Do They Have on Graduate Labour Market Outcomes? Education Economics, 17 (1): 1-30.

- Mironova-Tikhomirova A.S. (2006) *Psikhologicheskaya struktura kar'yernoy gotovnosti vypusknika vuza*. [Psychological structure of career readiness of a graduate of the university]. Psychology PhD dissertation. Khabarovsk.
- Pokida A. N. (2002) *Tsennostnyye oriyentatsii studencheskoy molodezhi* [Value orientations of student youth]. Informational and analytical bulletin Sociology of power, vol.3, Moscow: RAGS.
- Povarenkov Yu.P. (2002) *Psikhologicheskoye sodержaniye professional'nogo stanovleniya cheloveka* [Psychological content of the professional formation of a man]. Moscow: URAO.
- Robotham, D. 2012. Student Part-Time Employment and Consequences. *Education + Training*, 54 (1): 65-75.
- Rodina O.P., Prudnikov P.N. (2006) *Izucheniye motivatsii vybora professii: metodicheskiy aspekt* [Studying the motivation for choosing a profession: a methodological aspect]. Herald of Moscow University, vol.14, Psychology 3, pp.70-77.
- Smith, V. 2010. Enhancing Employability: Human, Cultural, and Social Capital in an Era of Turbulent Unpredictability. *Human Relations*, 63 (2): 279-303.
- Tansley, D. P., Jome, L. R., Haase, R. F., and Martens, M. P. 2007. The Effects of Message Framing on College Students' Career Decision Making. *Journal of Career Assessment*, 15 (3): 301-16.
- Tymon, A. 2013. The Student Perspective on Employability. *Studies in Higher Education*, 38 (6): 841-56.
- Vishtak O. V. (2003) *O motivatsionnykh predpochteniyakh studentov i abiturientov* [On the motivational preferences of students and applicants]. Sociological research, vol.2, pp.
- Voytyuk D.K. (2004) *Vliyaniye refleksii na formirovaniye psikhologicheskoy gotovnosti lichnosti k professional'noy deyatel'nosti* [Reflection's influence on the development of psychological readiness of a person to the professional activity] Psychology PhD dissertation. Novosibirsk.
- Zeyer E.F. (2005) *Psikhologiya professiy*. [Psychology of professions]. Moscow: Academic project, 2005.
- Zlate, S., Cucui, G. Motivation and Performance in Higher Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Volume 180, 5 May 2015, Pages 468-476

IRSTI 14.01.11.

Kaziyev B.K.

Master of Arts, history teacher, Nazarbayev Intellectual school of the Physics and
Mathematics direction of Aktobe, Kazakhstan, Aktobe
e-mail: baurzhankaziev@gmail.com

A HUMAN RIGHTS APPROACH IN RELATION TO THE EDUCATION SYSTEM AND ITS IMPLICATIONS IN KAZAKHSTAN

This study explains the human rights approach to education in developing countries. Education as a fundamental human right is discussed in the literature review, and the paper focuses on the rights of disabled children to quality education. Examining the strengths and shortcomings of a rights-based approach to education reveals that a human rights approach to learning has a positive impact on improving the literacy levels of children and adults in developing countries. However, considerable debates about the discourse of rights should be underlined, because this approach often overemphasizes legal rights instead of providing essential solutions. This study focuses on children with disabilities in Kazakhstan, in order to investigate the implications of a rights-based discourse in this post-Soviet country. Specifically, how the quality of life in countries such as Kazakhstan is different to that in developed countries, and to what extent this affects the provision of basic rights as a social service.

Key words: human rights approach, education, Kazakhstan.

Қазиев Б.Қ.

Ақтөбе физика-математика бағытындағы Назарбаев Зияткерлік мектебі,
Қазақстан, Ақтөбе қ., e-mail: baurzhankaziev@gmail.com

Білім беру саласындағы адам құқықтары ұстанымы және оның Қазақстандағы қолданысы

Бұл мақалада дамушы елдердегі азаматтардың білім алу құқығы айтылады. Адам құқығы ретінде білім беру әдеби шолуда талқыланады және балалардың сапалы білім алуына бағытталған. Сонымен қатар, білім берудегі құқыққа негізделген көзқарастың күшті және әлсіз тұстарын зерттеу, әсіресе балалар мен ересек адамдарға оң әсерін тигізеді. Дегенмен дискурс құқығы, пікірталасқа аса қатты назар аудару керек, себебі бұл көзқарас көбінесе заңды құқықтардан асып түседі және маңызды шешімдерді қамтамасыз етпейді. Посткеңестік кеңістіктегі адам құқығының дискурс салдарын зерттеу Қазақстанда мүмкіндегі шектеулі балалар үшін қажет, Қазақстанда өмір сүру сапасы дамыған елдердегі сападан ерекшеленеді және негізгі құқықтарды қамтамасыз ету оң ықпалын тигізеді.

Түйін сөздер: адам құқықтары саласындағы көзқарас, білім беру, Қазақстан.

Казиев Б.К.

магистр искусств, преподаватель истории, Назарбаев Интеллектуальная школа по
физико-математическому направлению Актобе, Казахстан, г. Актобе
e-mail: baurzhankaziev@gmail.com

Правозащитный подход в отношении системы образования и ее последствия в Казахстане

В этом исследовании объясняется подход в области прав человека к образованию в развивающихся странах. Образование в качестве фундаментального права человека обсуждается в обзоре литературы, и в документе основное внимание уделяется правам детей-инвалидов на качественное образование. Изучение сильных и слабых сторон на правах подхода к образованию показывает, что подход в области прав человека к обучению положительно влияет на повышение уровня грамотности среди детей и взрослых в развивающихся странах. Однако следует

подчеркнуть значительные дебаты по поводу дискурса прав, поскольку этот подход часто переоценивает юридические права, а не предоставляет существенные решения. В этом исследовании основное внимание уделяется детям-инвалидам в Казахстане, чтобы исследовать последствия правозащитного дискурса в этой постсоветской стране. В частности, качество жизни в таких странах, как Казахстан, отличается от качества жизни в развитых странах, и то, в какой степени это влияет на предоставление основных прав в качестве социальной службы.

Ключевые слова: подход в области прав человека, образование, Казахстан.

Introduction

In recent years, there has been an increasing interest in a human rights approach to education. The issue of the right to education, guaranteed by the United Nations as a basic human right, has been a controversial and much disputed subject within the field of human development. Proponents of the rights-based approach consider it a multilateral concern, consisting of political, economic and cultural aspects, which aims to realize human security, peace and the sustainability of the environment (Tikly and Barrett, 2011). However, there are still huge populations who do not have an opportunity to use their rights, as Subrahmanian reminded the advocates of rights discourse: 'language of rights may be a luxury' (2002, p. 3) in some countries where people are struggling to survive every day. This essay suggests that while children's rights to basic education are supported by a rights-based approach, there are issues surrounding governments' abilities to fulfil their obligations.

The aim of this study is to investigate the relationship between education based on a human rights approach and government responsibilities accentuated by world organisations, and how states' comprehension of those responsibilities and rights encourage an appropriate level of opportunities for disabled students. Understanding the rights as basic, inseparable, and essential to the process of education is the main aim of this paper. This study also investigates the rights of disabled students to education in terms of Education for All. The focus of this review is to evaluate the rights-based approach to education in developing countries such as Kazakhstan critically, particularly the rights of disabled children to education.

The essay begins by defining a human rights approach to education. It then examines the situation of children with disabilities and their rights to education, and their exclusion from society. Finally, the implications of the human rights approach towards disabled children in Kazakhstan are investigated, and the essay concludes with some recommendations.

Children with disabilities and human rights

The rights of children with disabilities

The right of children with disabilities to access education is often violated, and they can encounter harsh discrimination, exclusion, and segregation from social life (UNICEF, 2012). Terms such as 'students with special needs' and 'exceptional children' can be associated with the word 'disabled' (Tomasevski, 2003). Thus, there is a need to be explicit about exactly what is meant by the word 'disability'. Holsinger and Jacob described disability as a broad term which embodies 'physical, mental, emotional, and spiritual disadvantages' (2009, p. 14), that can be considered a marginalized and neglected factor in terms of educational inequalities. Disability has been defined by the Supreme Court of Canada as follows:

Disability, as a prohibited ground, differs from other enumerated grounds such as race or sex because there is no individual variation with respect to these grounds. However, with respect to disability, this ground means vastly different things depending upon the individual and the context (Eaton v. Brant County Board of Education 1997, cited in Pothier, 2006, p. 138).

Educating children with disabilities may depend on financial resources. Therefore, from a political perspective, these children are considered costly for countries' budgets, and consequently, they may be denied education or segregated from society (Tomasevski, 2003). For example, there are 600 million people with disabilities worldwide, 70% of whom are from Asian/Pacific and African countries (Heller 1992, cited in Peters, 2009, p. 149). In addition, a rights-based framework considers human beings as eventual ends of political and moral concerns. As a result, economically unproductive individuals that benefit from education, for example children with mental disabilities, have equal opportunities to education as children that are anticipated to produce economic revenue in terms of human capital (Robeyns, 2006).

The right of children with disabilities to education should be ensured equally with others, which would include providing equal access to the same education curriculum as all students, opportunities

to take exams, and the elimination of controversial laws, which separate students into 'non-educable' and 'educable' categories (UNESCO & UNICEF, 2007). Tomasevski (2003) claimed that schools tend to reject students who are labelled as difficult to teach, however, education settings should be adapted to every student in order to provide equal rights to each individual.

The exclusion of disabled people

It has been argued that the exclusion of disabled people formally and informally from education may be a phenomenon on a global scale (Peters, 2009). Despite the fact that children with disabilities are supported by some improvement programmes, in all cultures and countries they are marginalized, disadvantaged, and discriminated against (Miles, 1995) from economic, cultural, socio-political and historical perspectives. For instance, just 1-2% of people with disabilities in southern countries are provided equal access to education (Peters, 2009).

The main reason disabled students cannot attend normal schools could be that education organisations are unable to provide all necessary support for students such as time, space, appropriate learning and teaching aids, and staff (Hegarty, 1992). Similarly, Tomasevski (2003) found cost to be a key factor in denial of education. Moreover, providing education for all children including disabled students might be impossible when considering the financial resources of low-income countries (Miles and Singal, 2010). For example, about 600 million disabled people cannot participate in cultural and social life due to social barriers and physical limitations, 80% of whom are from developing countries (UNESCO, 2007). Miles and Singal stated that, despite awareness within society of the rights of disabled people, the issues of disability can be omitted from public debates and considered specialist work, and as a result, the 'exclusion and neglect of disabled people from policy and practice' (2010, p. 5) may continue. Moreover, Peters (2009) claimed that the exclusion of disabled people from social services could lead to restricted social connections, low self-esteem, and poor health. Consequently, poverty and the lack of education may 'lock disabled people into a chronic cycle' (p. 149).

Tomasevski argued that, due to the lack of identification of special needs and the misunderstanding of the three Ds 'disability, difficulty, and disadvantage' (2003, p. 152), the proportion of special needs children around the world is different, varying from 1% to 41%. In addition, disabled people's impairment can be the direct or indirect effect of their

living conditions, or it may itself lead to poverty (Miles, 1995).

Children with disabilities from the Education for All perspectives

Solving problems related to disabled people within the community can be a catalyst for the comprehensive improvements of society (Miles, 1995). It has been suggested that educational settings must provide service for all children, despite their physical, social, intellectual, linguistic, and emotional conditions (UNESCO, 1994).

Miles and Singal observed that EFA changed their emphasis, from only focusing on access to education to addressing the acquisition of knowledge and the development of competence, and how the concerns and needs of the new world should be responded to by education reforms that focus on 'on *individual groupings*, such as disabled children' (2010, p. 12, original emphasis). In her analysis of inequalities in education for people with disabilities, Peters (2009) illustrated five principles intrinsic to rights-based approaches: social protection, accessibility, participatory decision-making, control/capacity building, and consciousness rising.

There are several theories related to solving the exclusion problem of disabled students. Many educationalists and organisations argue that these students should be educated separately from mainstream schools and must be provided with specialised services. However, proponents of inclusive education claim that disabled children have to study in mainstream schools rather than special settings (UNESCO, 2007). Hegarty (1992) asserted that an important developmental element in education is educating disabled students with their peers. Furthermore, that the 'integration movement' (1992, p. 48) - the inclusion of exceptional students in normal schools - can be seen as an issue of pedagogy and moral rights. Therefore, schools should find different methods for educating children successfully, in which students with disabilities and young children who require special needs are educated in schools with the majority of children, leading to the conception of inclusive education (UNESCO, 1994).

Hegarty (1992) identified several common features of educational settings that enable the effective teaching of students with disabilities. First, a clear policy emphasising that disabled students are as valuable as other pupils. Secondly, a curriculum that responds to the personal requirements of students and different approaches, with programmes focusing on individuals. Another important issue

might be the quality of staff, because they require extra skills to work with specific students. Finally, establishing a connection between school and home might be pivotal.

The Case of Kazakhstan

The Kazakh education system, including provisions for special needs, is affected by the legacy of Soviet Union. During the Soviet time and after, education was not equally accessible to all students, particularly to children with disabilities. Moreover, defectology as a scientific subject was created in the Soviet Union, and disability was framed as a diagnosis requiring rehabilitation and treatment. By this traditional approach, the schooling of disabled children took place in different areas, separated from mainstream schools (Rouse et al., 2014). As a result, they lost connection with the natural system of society in which they could gain support. Children who were classified as a person with defects were separated from mainstream education, fated for a segregate life with a lack of resources (Tomasevski, 2003).

Rouse et al. (2014) claimed that although education should be free and compulsory, children with disabilities in Kazakhstan are restricted or excluded from access to education due to legislation. In their formulation, some disabled children might be considered 'as uneducable and may not be the responsibility of education authorities' (2014, p. 199). Similarly, the OECD (2009) report demonstrated that although the Kazakh legislation and policies promote the education of disabled children, these students are excluded from discussions on education reform. The report claimed that the country might be opposed to the notion of inclusive education, both within the Constitution of Kazakhstan and within the international obligations made by Kazakh governments.

There are several problems related to providing basic rights for disabled people. According to the OECD (2009) report, facilities are not accessible to disabled students in schools because of a lack of structured approach in this field. Therefore, additional inequalities are created as a result of these inappropriate educational standards for children with disabilities. This view is supported by Rouse et al. (2014), who wrote that there are too many barriers to the inclusion of disabled students in mainstream schools. For example, physical barriers such as steps and stairs are not suitable for them, elevators and ramps can only be found occasionally, and spaces might be insufficient. However, the attitudes of society might be the foremost barriers for disabled children.

The exclusion of disabled students is not only a human-rights issue, but also a social-justice, economic development, and political issue (Rouse et al., 2014). However, the Committee for Children's Rights in Kazakhstan appear reluctant to solve the problems related to the inclusion of disabled children. Moreover, due to budget limitations, they have no opportunity to promote proper social inclusion, health care, and education. For instance, the population may not be provided with extracurricular, cultural, and sporting activities (OECD, 2009).

It has been argued that disabled children in cities have more opportunities to gain access to education, whereas education might be inaccessible for disabled students from remote and rural areas (UNDP, 2005). According to the UNDP (2005) report on achieving the Millennium Development Goals (MDG) in Kazakhstan, there were more than 120,000 children with special education needs in 2004, and 25.3% of them had access to schools. In 2006, this number increased to approximately 130,000 students, only 23.3% of whom attended schools or special organisations. However, in Kazakhstan, there might be no coordination between the data collected by agencies and national indicators (UNICEF, 2012).

In human rights discourse, educational settings may be constructed as separate institutions from local communities. As such, schools can be isolated from society in order to provide safe learning environments. However, schools located within society provide social and cultural aspects of learning that isolated schools do not, and the reality of life is a pivotal factor in education (Tikly and Barrett, 2011).

Conclusion

This essay has investigated the central importance of a human rights approach to education. The United Nations report and academic articles were compared, and a report published by UNESCO 'A human Rights-Based Approach to Education for All' was used as a basic source to gain general information about this approach. The article written by Tikly and Barrett (2011), entitled 'Social justice, capabilities and the quality of education in low-income countries', prompted considerable discussion of the issue, and Ingrid Robeyns' (2006) paper, 'Three models of education: Rights, capabilities and human capital', provided an in-depth critical analysis of the human rights model of education.

This discussion has highlighted problems with contemporary human rights-based discourse with

regard to education. The human rights approach was defined in terms of its relation to education, and education was discussed as a basic human right from different perspectives. The next section referred to the 'Education for All' policies, considering the rights of children with disabilities, their exclusion from mainstream schools, and their circumstances. Finally, the education of children with disabilities in Kazakhstan was examined, in particular how they are separated from mainstream education.

Although this essay has demonstrated many advantages with a human rights approach, it would appear that, despite the statements made by international organisations, some groups (such as children with disabilities) are marginalized.

The evidence suggests that without concrete developments in countries' policies towards human rights and education it might be difficult to state international agreements in this field. However, key changes should occur in social attitudes, in order to improve modern society.

This essay examined a human rights approach to education in terms of disabled children and children with disabilities in Kazakhstan. However, girls, ethnic minorities, poor people, and people from remote and rural areas were not discussed in-depth, which could provide scope for further research. Moreover, it would be interesting to assess the effects of a human rights approach to education in the developing countries of Central Asia.

References

- Hegarty, S. (1992). *Educating children and young people with disabilities*. Paris: Unesco.
- Holsinger, D.B., and Jacob, W.J. (eds.) (2009). *Inequality in education: Comparative and international perspectives* (Vol. 24). Hong Kong: Springer Science & Business Media.
- Miles, S. (1995). *Disability as a Catalyst for Sustainable Development. A Policy in the Making Paper No. 2*. London: Save the Children. <http://www.eenet.org.uk/resources/docs/catalyst.php> (accessed December 21, 2016).
- Miles, S. & Singal, N. (2010). 'The Education for All and inclusive education debate: conflict, contradiction or opportunity?'. *International Journal of Inclusive Education*, 14(1), pp. 1-15.
- OECD. (2009). *Reviews of National Policies for Education: Kazakhstan, Kyrgyz Republic and Tajikistan 2009 Students with Special Needs and those with Disabilities*. Paris: OECD Publishing
- Peters, S.J. (2009) *Inequalities in Education for People with Disabilities*, in Holsinger, D.B. and Jacob, W.J. (eds.) *Inequality in education: Comparative and international perspectives* (Vol. 24). Hong Kong: Springer Science & Business Media, pp. 149-171
- Robeyns, I. (2006). 'Three Models of Education : Rights, Capabilities and Human Capital'. *Theory and Research in Education*, 4(1), pp. 69-84.
- Rouse, M., Yakavets, N., Kulakhmetova, A. (2014). *Towards Inclusive Education: Swimming Against the Tide of Educational Reform*, in Bridges, D. (ed.) *Education reform and Internationalisation: The case of school reform in Kazakhstan*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press, pp. 217-238.
- Subrahmanian, R. (2002). *Engendering education: prospects for a rights based approach to female education deprivation in India*, in Molyneux, M. and Razavi, S. (eds) *Gender justice, development, and rights*. Oxford; Oxford University Press, pp. 204-238.
- Tikly, L. and Barrett, A.M. (2011). 'Social justice, capabilities and the quality of education in low income countries', *International Journal of Educational Development*, 31(1), pp. 3-14.
- Tomaševski, K. (2003). *Education denied: Costs and remedies*. London: Zed Books.
- UNDP (2005). *Millennium Development Goals in Kazakhstan*. Astana: UNDP and Government of RK.
- UNESCO & United Nations International Children's Emergency Fund (UNICEF). (2007). *A human rights-based approach to Education for All*. New York: UNICEF.
- UNESCO. (1994). *The Salamanca Statement and Framework for Action on Special Needs Education*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2007). *EFA global monitoring report: EFA. Strong foundations: Early childhood care and education*. Paris: UNESCO.
- UNICEF. (2012). *The Right of Children with Disabilities to Education: A Rights-Based Approach to Inclusive Education*. Geneva: UNICEF

Каримова Б.Ж., *Мамырова К.С.

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ.,
*e-mail: Sultan-3@mail.ru

АМЕРИКА ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАСЫЛЫМДАРДАҒЫ ЭКОЛОГИЯ МӘСЕЛЕСІНІҢ КӨТЕРІЛУІ

Бұл мақалада Америка және Қазақстандағы экологиялық проблемалар, БАҚ-тағы экологиялық мәселелердің жазылуы, экологиялық мәдениет, Америка Құрама Штаттарында экологиялық құқықтық жүйені қалыптастыру қарастырылған. Әлемдік экологиялық мәселелердің түп тамыры – қоршаған ортаға деген немқұрайлық көзқарастың белең алуында жатыр. Еліміздегі экологияны бақылау мен мониторинг жасау мекемелерінің жұмыстарын жандандыру, зерттеу нәтижелерін халыққа ашық, әрі шынайы жеткізу өте әлсіз. Табиғатты қорғау саласындағы өзекті мәселелермен танысқан сайын қоршаған ортаны бүгіннен ойламасақ, ертең кеш болатыны анық. Осы орайда адам бойында экологиялық мәдениет қалыптастыру басты мәселе. Экологиялық мәдениеттің қалыптасуында экологиялық білім беру жүйесі, тәрбие беру, бұқаралық ақпарат құралдары маңызды рөл атқарады. Білім беру барысында теориялық қана емес, сонымен бірге тәжірибелік білім беру қажеттілігі анықталуда. Экология мен қоршаған ортаны қорғау БАҚ арқылы жүйелі жүргізу қоғамдық мәнге ие болмақ. Бүгінгі таңда қоршаған ортаны қорғау оның түйткілді мәселелерін шешу барысында мемлекеттік саясат жүргізілуде. Қазіргі кезде ғылыми негізделген экологиялық мәдениет ұғымын жастар арасында насихаттаудың алғы шарттары талданған. Экологиялық мәдениет – бұл адамның табиғатқа әсерінің әлеуметтік реттеушілерінің жиынтығы, экологиялық білім мен тәрбие берудің жүйесі. Қалыптасқан жағдайда сол арқылы ғана қоғам мен табиғи ортаның тепе-теңдігін ұстау мүмкін болады. БАҚ-та экологиялық проблемаларды анықтаудың маңыздылығы қарастырылған. Америка және Қазақстандық басылымдардағы экологиялық мәселелерді жазудағы жекелеген журналистердің еңбектері талданып, экологиялық журналистиканы дамытудың маңыздылығы қарастырылған.

Түйін сөздер: экологиялық журналистика, экологиялық мәдениет, экологиялық білім, экомәдениет, экологиялық коммуникация.

Karimova B.Zh., Mamyrova K.S.

Al-Farabi Kazakh national university,
Казахстан, г. Алматы, *e-mail: Sultan-3@mail.ru

The Coverage of Problems of Ecology in Media of the USA and Kazakhstan

This article touches upon environmental problems in America and Kazakhstan, the coverage of environmental problems in the media, and the formation of an environmental law system in the United States of America. Negligent attitude to the environment is the main reason for the emergence of environmental problems in the world. Very little work is done to improve the activities of environmental monitoring and controlling institutions and lack of transparency in the coverage of research results is observed. Having become acquainted with the current environmental problems, we are increasingly convinced that we cannot postpone the decision of this issue, because in the future it may be too late. In this context, the main problem is the formation of an ecological culture of a person. Environmental education, education, the media play an important role in the formation of ecological culture. The necessity of not only theoretical, but also practical education in education is determined. To protect the environment and the ecology systematically through the media will be of public importance. Currently, the state policy on the environment and solving its problems is being carried out, the prerequisites for propagating the scientifically grounded concept of ecological culture among the youth are analyzed. Ecological culture is a set of

social regulators of human influence on nature, a system of ecological education and upbringing. Only this way it will be possible to maintain a balance between society and the environment. The importance of identifying environmental problems in the media is considered. Also, the work of individual journalists in the field of environmental problems in American and Kazakh publications are analyzed and the importance of developing environmental journalism is considered.

Key words: ecological journalism, ecological culture, ecological knowledge, ecological communication.

Каримова Б.Ж. *, Мамырова К.С.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, *e-mail: Sultan-3@mail.ru

Проблемы экологии в СМИ США и Казахстана

В этой статье рассматриваются экологические проблемы в Америке и Казахстане, освещение экологических проблем в средствах массовой информации, формирование системы экологического права в Соединенных Штатах Америки. Небрежное отношение к окружающей среде является основной причиной появления экологических проблем в мире. Очень слабо ведется работа по улучшению деятельности учреждений по наблюдению за состоянием окружающей среды и мониторингу, не хватает прозрачности в освещении результатов исследований. Ознакомившись с текущими экологическими проблемами, мы все больше убеждаемся в том, что нельзя откладывать решение данного вопроса, поскольку в дальнейшем может быть слишком поздно. В этом контексте основной проблемой является формирование экологической культуры человека. Экологическое образование, воспитание, средства массовой информации играют важную роль в формировании экологической культуры. Определена необходимость не только теоретического, но и практического обучения в образовании. Систематическая защита экологии и окружающей среды через средства массовой информации будет иметь общественное значение. В настоящее время по вопросам окружающей среды и проблемам проводится государственная политика, проанализированы предпосылки пропаганды научно обоснованной концепции экологической культуры среди молодежи. Экологическая культура представляет собой совокупность социальных регуляторов воздействия человека на природу, систему экологического образования и воспитания. Только через нее можно будет поддерживать баланс общества и окружающей среды. Рассматривается важность выявления экологических проблем в СМИ. Также проанализированы работы отдельных журналистов в области экологических проблем в американских и казахстанских публикациях и рассматривается важность развития экологической журналистики.

Ключевые слова: экологическая журналистика, экологическая культура, экологическое знание, экологическая коммуникация.

Кіріспе

Экологиялық мәдениет немесе қоршаған ортаны қорғау мәселесі туралы негізгі білім адамзат дамуында ерте кезеңдерден бастап қалыптасып келеді. Табиғатты қорғау сипаты қазақ даласында да өте ертеден бастау алып келген. Қазақ халқының өзінің де табиғатқа деген сүйіспеншілігі мен мейір шапағаты мен жанашырлық сезімі күнделікті өмір салтымыз, табиғатқа көзқарасымыз, тұрмыс-тіршілігіміз арқылы айқын сезіліп отырған. Бір ғана «Табиғат ана» деген сөздің өзінде ғана қаншама сұлулық, ұлағат тағылымы мол тәрбие, дарынды даналықтың үлгі өнегесі өмірмен өзектесіп, тағдырмен тамырласып жатқандығын байқауға болады. Көшпелі өмір сүрген ата-бабаларымыз күндіз-түні, жыл бойы малының жағдайын ойлап, көшіп-жүруінің өзі табиғатты қорғаудың көшпелік үрдісі. Өзі тұрған жерінің құсын, аңын, шөбін

үнемдеп пайдаланды. Төрт түліктің бабын ойлап табиғатпен үйлесімді экожүйе ұйымдастыра білді. Қазақ халқының тұрмысындағы көктеу, жайлау, күздеу, қыстау болуының өзі табиғатты қорғаудың үлгісі. Қазақ халқы көктемде аң ауламаған, табиғатқа аяушылық көзбен қараған. Бұның өзі қазақ халқында экологиялық мәдениеттің өте ертеден-ақ қалыптасып, күнделікті тұрмыс-тіршілігінің өзегіне арналғандығын айқындайды.

Мәдениет экологиясы терминін алғаш ғылыми айналымға енгізген Д.С. Лихачевтің пікірінше этикалық-рухани құндылықтарды ашатын экологиялық мәдениет сұрақтары зерттеуді аса қажет етеді. Экологиялық дағдарысқа қауіпті тудыратын тек сыртқы ортаның ластануы ғана емес, сонымен қатар адамның ішкі әлемінің, мәдениетінің, санасының ластануы да экологиялық қауіпті құрайды (Беркунова Л.А., 2004).

Негізгі бөлім

«Мәдениет» түсінігі жайлы қарастырсақ, адамның табиғатқа қатынасы үнемі мәдениетпен тығыз қарым-қатынаста болады. Ондай қатынастың бастапқы негізі қоғамның қарапайым қажеттіліктері болды, ал табиғатты адам өзінің қажеттіліктерін қанағаттандырудың тәсілі ретінде қабылдайды. Адам баласы негізінен табиғат пен өзінің біртұтастығын, адам мен табиғат байланысының ешқашан үзілмейтіндігін сезінеді, сонымен қатар тұтынушы мәдениеттен өндіруші мәдениетке көшу арқылы табиғатпен байланысын үздіксіз механизмге айналдырады, демек мәдениет табиғатпен байланысын күшейтеді.

Қазіргі кезде ғылыми негізделген экологиялық мәдениет ұғымын жастар мектеп қабырғасынан алады. Экологиялық білімді, көзқарасты, өнегелілікті, экологиялық мәдениетті қалыптастырудың мақсаттарын жүзеге асырудың негізін мектеп құрайды. Тұлға іс-әрекет барысында дамитын болғандықтан экология саласында алынатын білімдер қоршаған ортаны қорғаудағы нақты іс-әрекеттермен бекітілуі тиіс.

Адамзаттың эволюциялық дамуының жаңа сатыға көтерілуі үшін, ақылды адамнан рухани адамға өтуі үшін рухани жетілу бүгінгі қоғамның басты мақсаты болуы тиіс. Өйткені, техникалық прогресс автоматты түрде рухани прогресті жүргізбейтінін өмір сенімді түрде дәлелдейді. Жас адамның руханияты оның жеке құндылықтары арқылы ашылады. Өмірдің ең дамыған негізгі нысаны адамзатты өсірген ең жоғары және абсолютті болмыстың құндылығы табиғат болып табылады.

Белгілі зерттеуші ғалымдар Н. Фомина, Н. Старовойтенко атап өткендей, табиғатқа деген құнды қарым-қатынас іргелі және барлығын қамтыған өлшемі болып табылады. Табиғатты құндылық ретінде түсінбеу кез келген қызметке қатысты оның құралдық сипатын иеленеді. Жастардың табиғатқа деген мұндай құнды қарым-қатынасы, оның табиғат жағынан ғана қасиеттерін емес, сонымен қатар практикалық және танымдық, эстетикалық және адамгершілік құндылықтарын жан-жақты дамытады (Фомина Н., Старовойтенко Н., 2010).

Экологиялық мәдениет қоғам дамуындағы әлеуметтік-экономикалық форматты әлеуметтік-экологиялық форматқа өзгерте алады, демек академик В.И. Вернадскийдің арманындағы биосфераның ноосфераға көшуі, ол білім, ұстаным, қажеттілік ұғымдарының ақыл және

даналықпен біртұтастықта дамып отыратындығын айқындайды.

Әлеуметтік-мәдени қазіргі заманғы адам өмірінің ақпараттық ХХІ ғасырында бірінші жоспарға түрлі деңгейлі және кешенді сипаты экожүйелерді сақтау және табиғи қоршаған ортаны қорғау және т.б. экологиялық (грек тіл. – «эйкос» – үй, отан, туған жер) мәселесі кіреді. Ақылды адам шын мәнінде табиғатқа, қоршаған ортаға, оның жер қойнауы және байлығына ойланбастан қарайды, өзін «табиғаттың қожайыны» деп есептеп әлемдік өркениеттің мәдени жетістіктерін түбегейлі қайта ойлайды.

Осыған байланысты салыстырмалы түрде жақында жаңа ғылым ретінде «экология» сияқты «экологиялық мәдениет» деген кешенді ұғым пайда болады. Экологиялық мәдениет – экология және мәдениеттану ғылымдарының тоғысында пайда болған пәнаралық феномені. «Экологиялық мәдениет – бұл адамдардың табиғатты қабылдау деңгейі, қоршаған әлемді және барлық ғаламның өзіндік бағалау ережелері, әлемдегі адамдардың қарым-қатынас құндылығы, бұл жерде нақ осы адамның субъектісі ретінде қоршаған әлемге қарым-қатынасы». Қазіргі заман жағдайында бұл тек қана биологиялық тәсіл болып қана қоймайды, сонымен қатар, әлеуметтік және әлеуметтік-мәдени (кешенді) экологиялық мәселелерді шешудің әмбебап құралы болып табылады.

Біздің заманымызда ХХ ғасырдың аяғына қарай социум мен қоршаған орта арасындағы тепе-теңдікті қайта қалпына келтіруге бағытталған стратегия негізге алынып тексерілді. Ол өз кезегінде тұжырымдамалық стратегиясы шеңберінде тұрақты немесе теңгерімді дамыту бағытында қалыптасты.

1992 ж. Рио-де-Жанейрода өткен БҰҰ-ның қоршаған орта және даму бойынша конференциясы, біздің планета барлық елдер үшін басшылық ретінде іс-әрекет дамуының стратегиясын бекітті. Сол уақытта АҚШ-та президенттік орнықты даму жөніндегі Кеңес құрылды. 1996 жылы Кеңес «Америка және тұрақты даму» баяндамасын «Қоршаған ортаны қорғау жолындағы бүгінгі еліміздің өсіп-өркендеуі мен ресурстарын, мүмкіндіктерін сақтау жөніндегі болашақ ұрпақ үшін тұжырымдамасы» атты тақырыпшасымен жариялады.

Аграрлық және өнеркәсіптік төңкеріске қарағанда экологиялық революцияның мақсаты материалдық игіліктердің (тауар массасы, азық-түлік, жаңа технологиялар және т. б.) өсуіне және тұрғындар санын қалпына келтіру арасындағы тепе-теңдікті сақтауға, табиғат ресурстары мен

қажеттіліктерін, Жер шары тұрғындарының арасындағы әлеуметтік-экономикалық және экологиялық дамуын, өз өмірі мен қоршаған ортаны сыртқы әлеммен үйлестіру үшін халықты қарым-қатынасқа оқыту негіздеріне әкеледі.

Бұл үдерісте қоғамның барлық салаларының белсенді қатысуы қоршаған ортаға қауіпті әлем туралы пікір, қоғамдық қатынастар жөніндегі іс-шаралар идеяларды жаһандық еніп, тек индустриалды дамыған елдердің қоғамдық және қоғамдық саясатына, соның ішінде білім беру, БАҚ жұмысына, жарнамаға, қоғамды құруға көмектесе алады.

Соның бірі, атап айтқанда, Америка Құрама Штаттарындағы ірі химиялық және мұнай-химия компанияларында жауапты лауазымдарда ұзақ уақыт жұмыс істеген Брюс Харрисон 20 жылдан астам уақыттан бері қоғам мен қоршаған ортаны қорғау бойынша әлемдегі алғашқы мамандандырылған мекеме құрды.

Дегенмен, Харрисон, тәжірибелі дәрігер болып қана қоймай, сонымен қатар Америка Құрама Штаттарында қоршаған ортаны қорғаудың танымал теоретигі болып саналады. Өзінің еңбектерінде америкалық индустриалды корпорациялардың экологиялық саясатының қалыптасуына елеулі талдау жасайды. Біріншіден «экологиялық коммуникация» және «энвайрокомм» терминін, кейінірек егжей-тегжейлі талқылайтын тұжырымдаманы енгізе отырып, Харрисон компаниялардың қоршаған ортаны қорғау мәселелеріне қатысты беделді басқарудың бірегей әдістері мен дамыған технологияларын ұсынды. Харрисонның кітабында америкалық бизнестің экологиялық сана-сезімінің дамуы, іскерлік пен мемлекет арасындағы қарым-қатынастың сипаттамасы, Америка Құрама Штаттарындағы экологиялық құқықтық жүйені қалыптастыру және дамыту тарихы анықталған. Біз үшін, сондай-ақ, Харрисон АҚШ-та ғана емес, сонымен қатар басқа да индустриалды елдерде экологиялық қарым-қатынас саласында жетекші орган ретінде танылғаны өте маңызды. Жоғарыда айтылғандардың бәрін ескере отырып, Харрисонның жетістіктеріне сүйене отырып, қоршаған ортаны қорғау практикасында қоғамның дамуы және қоғамдық қатынастар жүйесі, бұқаралық коммуникациялар құрылымындағы өзгерістер, Интернеттің пайда болуы және электронды БАҚ-ты жетілдіру арқылы пайда болған өзгерістерге үнемі белгілі бір түзетулер қажет екендігін түсінеміз.

Бір жағынан, әлеуметтік-экономикалық дамудың жеделдетілуіне әсер ететін және екін-

ші жағынан, қоғамдық ар-ождан мен лайықты түрде қабылданатын экология саласындағы мемлекеттік саясат шеңберінде арнайы зерттеулер жүргізу және шараларды қабылдау қажеттілігі туралы мәселе хақында, бір жағынан, сыртқы экономикалық және саяси әдебиеттерде, атап айтқанда Герман Дели, Пол Хоукена, Брюс Харрисон және басқа авторлардың шығармаларында кездеседі.

Жеке жарияланған монографияларда АҚШ-тың үкіметтік құжаттары, америкалық ірі компаниялардың жылдық баяндамалары, халықаралық конференцияларда сөйлеген сөздері мен материалдары, сондай-ақ ай сайынғы кәсіби журналдарда үнемі жарияланатын көптеген мақалалар пайдаланылды. Бұл материалдар, негізінен, «консалтингтік агенттіктердің» корпоративтік жұртшылықпен байланыс бөлімдерінің қызметінде туындайтын экологиялық қоғамдық қатынастар мәселелерін қамтиды.

Біздің елімізде де ерте кезеңдердегі басылымдарда аты аталып, түсі түстелмесе де табиғаттың қыр-сырын, құбылыстарын сипаттайтын жарияланымдар тізбегін экологиялық сипаттағы алғашқы танымдық мақалалар деп атауға болады. 1892 жылдың өзінде «Дала уалаятының газетінің» 10 санында «Қазақтардың естерінен кетпей жүрген бір сөз» тақырыпты очерк жарияланған. «Экология» терминін жұрттар біліп жарытпаса да, сол очеркте аталмыш табиғатқа жанашырлық білдірген пікірлер кеңінен қозғалған. Дала уалаяты газетінде жарық көрген экологиялық танымдық сипаттағы мақалалардың дені қазақ даласындағы табиғи құбылыстарға, атап айтқанда сел, тасқан, қуаңшылық сынды табиғи апаттарға арналған. Аталмыш басылымда осы тақырыпта жарық көрген хабарламалар мен мақалалардың «Адам, Қоғам, Табиғат» (1888-1902) деген атаумен жеке жинақ болып жарық көруінің өзі басылымның сол кезеңнің өзінде экологиялық мәселеге жеткілікті дәрежеде көңіл бөлгендігінің айқын көрінісі деп атауға болады (Мырзабаев А, 2007).

Алаштың екі басылым Айқап және Қазақ экологиялық мүддені қорғайтын жер мәселесі үнемі көтеріліп отырды. Ұлттық және тәуелсіздік идеясы ояна бастаған тұста жарық көрген «Қазақ», «Сарыарқа» газеттері мен «Айқап», «Абай» журналдарындағы мақалалардың тақырыбы да осы жер мәселесін қамтыды (Жұртбай Н, 2014).

Экологиялық тақырыпта қазақ баспасөзінде ең көп қалам тербелген тақырып – Семей полигоны мен суы тартылған Арал мәселесі болғанды-

ғы даусыз. Семей жерінен бастап, Байқоңыр, Ақтөбе, Орал, Атырау, Ақтау өңірлерін алып жатқан жасырын полигондар, суы тартылған Аралдың тұзды бораны, Балқаштың бүгінгі келбеті, Арқаның ару өңірі – Баянауыл аймағы табиғатының бүгінгі халі үнемі мерзімді басылымдар мен ғылыми журанлдарда өзекті тақырыптардың қатарынан саналады. Әсіресе, Семей полигонының зардаптары жайлы мақалалар көптеп жазылды.

Бұл жарияланымдар журналистиканың барлық жанрларын (хабар, репортаж, есеп, сұхбат, суреттеме, фоторепортаж, публицистика, баяндама, очерк, телерепортаж, құжатты фильм) және барлық ақпарат құралдарын (мерзімдік баспасөзді, ғылыми журналдарды, теледидарды, радионы, кейінгі жылдары интернет сайттарын) қамтыды (Жұртбай Н, 2014).

Көріп отырғанымыздай, экологияның баспасөзде аталу мәселесі бүгінгі күнде барынша жазылып келеді. Мерзімді баспасөзіміз адамзат экологиялық қасіреттің алдында тұрғаны хақында жан-жақты айтуда. Бұл – даусыз. Алайда, экология проблемасын қоғаммен бірлікте, экологиялық мәдениет аясында қарастырған еңбектер жоққа тән.

Қоршаған орта мен табиғат және экология мен мәдениет бір-бірімен өте тығыз байланысты. Сол себепті де, олардың өзара сәйкес, өзектес дамуы заңды құбылыс. Қазіргі кезеңде ғаламдық деңгейде жер бетіндегі адамзат әрекеттеріне, адами қасиеттерге аса қажет үйлесімділікті айқындайтын көріністер, әлемдік деңгейдегі экологиялық дағдарыс, адамзат баласының тіршілігін сақтау мәселесі өзекті мәселелердің бірінен саналады. 2030 жылғы Қазақстан ауасы таза, мөлдір сулы, жасыл желекті елге айналуға тиіс. Өндіріс қалдықтары мен радиация бұдан былай біздің үйлеріміз бен бақтарымызға енбейтін болады (Назарбаев Н, 1997). Сонымен қатар Елбасы «Ұзақ мерзімді басым мақсаттар мен оларды іске асыру стратегиясы» санатына «Барлық қазақстандықтардың өмір сүру жағдайларын, денсаулығын, экологиялық ортаны жақсарту» проблемаларын қосқаны белгілі (Назарбаев Н, 1997).

Бұл мәселе біздің еліміздің қазіргі кезде алға қойып отырған ұстанымдарының бірі болғандықтан, жеке тұлға бойында экологиялық мәдениетті қалыптастыру, және оны бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүзеге асыру келелі мәселелердің бірі екендігі сөзсіз.

Әдебиеттер

- Anderson A (1997) Media, Culture, and the Environment. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Беркунова Л.А. (2004) Экологическая культура в аспекте становления ценностей современного общества: Дис. – М. – с.
4. Гиляров А.М. (1990) Популяционная экология. – М.: Изд-во МГУ. – 436 с.
- Гиренок Р.И. (1987) Экология. Цивилизация. Ноосфера. – М.: Прогресс. – 342 с.
- Горшков В. М., Кондратьев К. Я., Лосев К. С. (1992) Глобальные экологические перспективы // Мир науки. – Т. 36. – № 4. – С. 8-11.
- Жаксыбеков Ә.С. (2009) Экологиялық мәдениет. – Алматы: Ғылым. – 233 б.
- Жұртбай Н. (2014) Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдары экологиялық мәселелер туралы: аймақтық аспектілер және аймақтық баспасөз. Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы.
- Ekström M and Nohrstedt SA (1996) Journalistikens etiska problem [The Ethical Problems of Journalism]. Stockholm: Rabén Prisma/Svenska Journalistförbundet.
- Иванова С.Ю. (2004) Патриотизм, национализм, глобализм: социокультурные, исторические и антропологические аспекты. – Ставрополь: Изд-во СГУ. – 117 с.
- Каганович И.З. (1983) Целенаправленность и фактор времени в природосберегающей экономике (по результатам анализа межвременных связей) // Известия АН ЭССР Т. 32. – Общественные науки. – № 4.
- Касимов Н.С. (1992) Экологическое образование Проблемы развития экологического образования воспитания в России // Вестник высшей школы 1992. – № 10-12. – С. 61-63.
- Кочергин А.Н. (1996) Экологическое образование и воспитание в контексте современных глобальных техногенных процессов // Философия образования. – М.: Знание. – 454 с.
- Қайыржанов А.С. (1998) Қазақ мәдениетінің типологиясы. Мәдениеттану: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті. – 23 б.
- Лось В.А. (1993) Экологическое образование: стратегия, методика, опыт // Вестник РАН. – Т. 63. – № 8. – С. 761-762.
- Мамедов Н. М., Кадыров М. Я. (1997) Основания концепции устойчивого развития // Устойчивое развитие будущее цивилизации. – М.: Прогресс. – 232 с.
- Мырзабаев А. (2007) Дала сәні // Егемен Қазақстан. – № 355.
- Назарбаев Н. (1997) Қазақстан-2030. Барлық қазақстандықтардың өсіп өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы. Ел Президентінің Қазақстан халқына Жолдауы. – Алматы: Білім. – 93 б.

- Hansen A (1991) The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society* 13(4): 443–458.
- Hesmondhalgh D (2006) Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture and Society* 28(2): 211–231.
- Hjarvard S (2008) The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review* 29(2): 105–134.
- Фомина Н., Старовойтенко Н. (2010) Особенности экологического образования и воспитания студенческой молодежи // *Экологический вестник*. – № 1. С. 45–63.
- Cox R (2006) *Environmental Communication and the Public Sphere*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schlesinger P (1987) *Putting 'Reality' Together: BBC News*. London: Methuen.
- Sennett R (2007) *Culture of the New Capitalism*. London: Yale University Press.
- Tuchman G (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Ungar S (2007) Public Scares: Changing the Issue Culture. In: Moser SC and Dillinger L (eds) *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change*. New York: Cambridge University Press, 81–88.
- Valenti JM (1999) Commentary: how well do scientists communicate to media? *Science Communication* 21(2): 172–178. Berglez 465
- Valenti JM (2005) Report: continuing science education for environmental journalists and science writers – in situ with the experts. *Science Communication* 27(2): 300–310.
- Westerstahl J (1983) Objective news reporting. *Communication Research* 10(3): 403–424.
- Wilkins L and Patterson P (1990) Risky business: covering slow-onset hazards as rapidly developing news. *Political Communication* 7(1): 11–23.

References

- Anderson A. (1997) *Media, Culture, and the Environment*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Berkunova L.A. (2004) *Ekologicheskaya kul'tura v aspekte stanovleniya tsennostei sovremennogo obshchestva*. [Ecological culture in the aspect of the formation of values of modern society] / L.A. Berkunova. Dis. M.: – 4 s.
- Gilyarov A.M. (1990) *Populyatsionnaya ekologiya* [Population Ecology] / A.M. Gilyarov. M: Izd-vo. – 436 s.
- Girenok R.I. (1987) *Ekologiya. Sivilizatsiya. Noospera*. [Ekologiya. Sivilizatsiya. Noospera] / R.I. Girenok. – M: Progress. – 342 s.
- Gorshkov V. M., Kondrat'yev K. YA., Losev K. S. (1992) Global'nye ekologicheskiye perspektivy [Global environmental perspectives] / V. M. Gorshkov, K. YA. Kondratyev, K. S. Losev. *Mir nauki*. - T. 36. - № 4. - S. 8 - 11.
- Jaqsıbekov A.S. (2009) *Ékologiyalıq madeniet* [Environmental Culture] / A.S. Zhaksybekov. – Almatı: Gılım. – 233 s.
- Jurtbay N. (2014) *Qazaqstan buqaralyq aqparat quraldary ekologiyalıq máseleler týraly: aimaqtyq aspektiler jáne aimaqtyq baspasóz. Filosofiya doktory (PhD) dárejesin alý úshin daıyndalǵan dissertatsia* [Media about environmental issues in Kazakhstan: regional aspects and regional press. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy (PhD)]. – Almaty.
- Ekström M and Nohrstedt SA (1996) *Journalistikens etiska problem* [The Ethical Problems of Journalism]. Stockholm: Rabén Prisma/Svenska Journalistförbundet.
- Ivanova S.I.Y. (2004) Patriotizm, natsionalizm, globalizm: sotsiokul'turnye, istoricheskie antropologicheskie aspekty [Patriotism, nationalism, globalism: socio-cultural, historical and anthropological aspects] / S.I.Y. Ivanova. Stavropol': Izd-vo SGY. – 117 s.
- Kaganovich I.Z. (1983) *Tselenapravlenost' faktor vremeni v prirodosberegayshchei ekonomike (po rezul'tatam analiza mezhremennykh svyazei)* [Boundaryity and Factor Factor in Prenatal Economic Growth (Conclusions on Analysis of Interrelated Links)] / I.Z. Kaganovich // *Izvestia AN ESSR* T. 32. - Obshchestvennye nauki. – № 4.
- Kasimov N.S. (1992) *Ekologicheskoe obrazovanie Problem razvitiya ekologicheskogo obrazovaniya vospitaniya v Rossii* [Environmental Education Problems of the Development of Environmental Education Education in Russia] / N.S. Kasimov // *Vestnik vysshey shkoly*. -№ 10-12.-S. 61-63.
- Kochergin A.N. (1996) *Ekologicheskoe obrazovanie i vospitanie v kontekste sovremennykh global'nykh tehnogennykh protsessov* [Ecological education and upbringing in the context of modern global technogenic processes] / A.N. Kochergin. // *Filosofia obrazovaniya*. – M.: Znanie. – 454 s.
- Qaiyrjanov A.S. (1998) *Qazaq mádenietiniń tipologuasy* [Typology of Kazakh culture] / A.S. Kairzhanov. *Mádeniettanıy oqu quraly*. Almaty: Qazaq ıniversiteti. –23 s. Los' V.A.(1993) *Ekologicheskoe obrazovanie: strategiya, metodika, opyt* [Ecological education: strategy, methodology, optimism] / V.A.Los. // *Vestnik RAN*. 1993. - T. 63, - № 8. - S. 761-762.
- Mamedov N. M., Kadyrov M. IA. (1997) *Osnovaniya kontseptsii ýstoichivogo razvitiya* // *Ýstoichivoe razvitiye budushchee tsivilizatsii* [Foundations of the concept of sustainable development // Sustainable Development of the Future of Civilization] / N. M. Mamedov, M. IA. Kadyrov. – M.: Progress. – 232 s.
- Myrzabaev A. (2007) *Dala sáni / Egemen Qazaqstan* [Dala Sáni / Egemen Kazakhstan] / A. Myrzabaev. – № 355.
- Nazarbaev N. (1997) *Qazaqstan-2030. Barlyq qazaqstandyqtardyń ósip órkendeýi, qaýıpsızdigi jáne ál-aýqatınıń artıy. El Prezidentiniń Qazaqstan halqyna Joldaýy* [Kazakhstan-2030. Increased prosperity, security and prosperity of all Kazakhstanis. Address of the President to the people of Kazakhstan] / N. Nazarbaev. – Almaty: Bilim. – 93 s.
- Hansen A (1991) The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society* 13(4): 443–458.
- Hesmondhalgh D (2006) Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture and Society* 28(2): 211–231.
- Hjarvard S (2008) The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review* 29(2): 105–134.

- Fomina N., Starovojtenko N. (2010) Features of ecological education and upbringing of student youth // *Ekologicheskii vestnik*. - No. 1. S. 45-63.
- Cox R (2006) *Environmental Communication and the Public Sphere*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schlesinger P (1987) *Putting 'Reality' Together: BBC News*. London: Methuen.
- Sennett R (2007) *Culture of the New Capitalism*. London: Yale University Press.
- Tuchman G (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Ungar S (2007) *Public Scares: Changing the Issue Culture*. In: Moser SC and Dillinger L (eds) *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change*. New York: Cambridge University Press, 81–88.
- Valenti JM (1999) Commentary: how well do scientists communicate to media? *Science Communication* 21(2): 172–178. Berglez 465
- Valenti JM (2005) Report: continuing science education for environmental journalists and science writers – in situ with the experts. *Science Communication* 27(2): 300–310.
- Westerståhl J (1983) Objective news reporting. *Communication Research* 10(3): 403–424.
- Wilkins L and Patterson P (1990) Risky business: covering slow-onset hazards as rapidly developing news. *Political Communication* 7(1): 11–23.

3-бөлім
КӨСЕМСӨЗ ЖӘНЕ КӨРКЕМСӨЗ

Раздел 3
ЛИТЕРАТУРА И ПУБЛИЦИСТИКА

Section 3
LITERATURE AND JOURNALISM

Alzhanova A.B., Tilepbergen A.M.

Al-Farabi Kazakh national university, Faculty of Journalism,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com, akmoldir@list.ru

MODERN WESTERN LITERATURE ABOUT KAZAKH LIFE BEFORE THE REVOLUTION

This article is devoted to the process of studying Kazakhstan in the USA, complex research of ideas, stereotypes and mode of thinking which have formed about Kazakh people abroad. The process of studying other aspects of social and economic life of pre-revolutionary Kazakhstan continues in modern Western literature. Materials about Middle Asia and Kazakhstan, having been published in western literature, were generalized in substantial works of A. Hudson, E. Bekon, V. Ryazanovskiy, L. Krader and others. K.L. Esmagambetov wrote about American scientist M. Danlop, who described the story of Hazar Kaganate. For that time, these researches made a significant contribution into Western oriental studies. Achievements, gaps and methodological limitedness of bourgeois historic and ethnographic sciences in studying the problem of Kazakh national ethnogenesis were reflected in general research carried out by Indiana University Professor Laurence Krader. The author concentrates upon the information contained in Russian records about Kazakhs, bringing various view points of pre-revolutionary and Soviet authors on problem of etymology and ethnic content of the word "Kazakh."

Key words: western literature about Kazakh, Kazakh life, A. Hudson, E. Bekon, V. Ryazanovskiy, L. Krader.

Альжанова А.Б., Тілепберген А.М.

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com, akmoldir@list.ru

Заманауи батыс әдебиеті Қазақстанның революцияға дейінгі өмірі жайында

Ұсынылған мақалада Қазақстанның АҚШ-та оқу үрдісіне, шетелде қазақ халқына қатысты дамыған идеяларды, стереотиптерді және ойлау тәсілдерін жан-жақты зерттеуге арналған. Қазіргі батыс әдебиетінде революцияға дейінгі Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық өмірінің басқа аспектілерін зерттеу үдерісі жалғасуда. Орталық Азия мен Қазақстанның халықтарына арналған батыс әдебиетінің материалдары А. Гудсон, Э. Бекон, В. Рязановский, Л. Крадер және т.б. жұмыстарында жинақталған. Есмағамбетов Хазар қағанатының тарихын сипаттаған америкалық ғалым М. Данлоп туралы жазды. Сол кездегі бұл зерттеулер шетелдік шығыс зерттеулерге маңызды үлес қосты. Буржуаздық тарихи-этнографиялық ғылымдардың жетістіктері, кемшіліктері мен әдіснамалық шектеулері қазақ халқының этногенезі Үнді университетінің профессоры Лоуренс Крадердің жалпылама зерттеулерінде көрініс тапты. Автор орыс хроникасы туралы қазақ халқына қатысты жаңалықтарға назар аударады, ол «қазақ» сөзінің этимологиясы мен этникалық мазмұнына қатысты революцияға дейінгі және кеңестік авторлардың әр түрлі мысалдарын келтіреді.

Түйін сөздер: батыс әдебиеті, қазақ халқы, қазақ өмірі, А. Хадсон, Э. Бэкон, В. Рязановским, Л. Крадер.

Альжанова А.Б., Тлепбергген А.М.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
факультет журналистики, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com, akmoldir@list.ru

Современная западная литература о жизни дореволюционного Казахстана

Предлагаемая статья посвящена процессу изучения Казахстана в США, комплексному изучению идей, стереотипов и образа мыслей, сложившихся о казахском народе за рубежом. В современной западной литературе продолжается процесс изучения и других аспектов социально-экономической жизни дореволюционного Казахстана. Материалы западной литературы о народах Средней Азии и Казахстана были обобщены в обстоятельной работе А. Хадсона, Э. Бэкон, В. Рязановским, Л. Крадер и др. К.Л. Есмагамбетов пишет об американском ученом М. Данлопе, который изложил историю Хазарского каганата. По тому времени эти исследования явились значительным вкладом в зарубежное востоковедение. Достижения, пробелы и методологическая ограниченность буржуазной исторической и этнографической наук в изучении проблем этногенеза казахского народа получили отражение в обобщающих исследованиях профессора Индианского университета Лоуренса Крадера. Автор обращает внимание на известия русских летописей о казахах, он приводит разные точки дореволюционных и советских авторов по проблеме этимологии и этнического содержания слова «казах».

Ключевые слова: западная литература о казахах, казахская жизнь, А. Хадсон, Э. Бэкон, В. Рязановским, Л. Крадер.

Introduction

Materials about Middle Asia and Kazakhstan, having been published in western literature, were generalized in substantial works of B. Dave (2007) confirm this fact; Theodore R. Weeks (1996); Adeeb Khalid (1998); Jane Burbank and David Ransel, eds. (1998); Robert P. Geraci (2001); Geraci and Khodarkovsky, eds. (2001); Paul W. Werth (2002). Important studies of Russia as an empire had emerged, of course, beforehand: on the steppe and Central Asia, see Thomas G. Winner (1958); Richard A. Pierce (1960); Edward Allworth, ed., (1967).

Books by Alfred E. Hudson "Kazak Social Structure", employee of Cornell University (Hudson, 1938), Elizabeth Bekon, "Central Asians under Russian rule. A study in Culture change" (Bekon, 1965) were dedicated to studying Kazakh society's social structure before the revolution. A. Hudson and E. Bekon's works cover a vast circle of issues, including history and ethnography of Kazakh people. The author touches upon the issues concerning organization of Kazakh families, inheritance law of Kazakhs, gap between the rich and the poor and concealed form of exploitation, housing, food, marriage customs and ceremonies.

Main body

A. Hudson's book contains the following chapters: "History of Kazak," "Nature of Kazak Social Groups," "Kazak Social Groups in Relation

to Economic Life," "The Family and Marriage," "Class Stratification," "Political Groupings," and "Inter-group Relations." Hudson idealized pre-revolutionary Kazakh society having noted only its "patriarchal" character, and omitting the existing social contradictions.

Attempts to justify "patriarchal" character of Kazakh society have been undertaken by Indiana University Professor, Valentin Ryazanovskiy. In his book "Customary Law of Siberian Nomadic Tribes" (Ryazanovskiy, 1965) in chapter "Kyrgyz Legal Customs" Ryazanovskiy wrote: "the main source of Kyrgyz right is steppe's customs... Its basis is the patriarchal family order; administrative and judicial proceedings were based on family principles." The author analyzes Tauke Khan's code of laws, imperial judicial procedures; lists clans of three Kazakh Zhuzes and specifies number of Kazakhs.

Achievements, gaps and methodological limitedness of bourgeois historic and ethnographic sciences in studying the problem of Kazakh national ethnogenesis were reflected in general research carried out by Indiana University Professor Laurence Krader. In the course of studying public relationships in pre-revolutionary Kazakhstan, he pays primary attention to patriarchic principles, viability of clannish and tribal institutions. One of his first works was called "Ethnonyms of Kazakh (Krader, 1962)." Bringing various view points of pre-revolutionary and Soviet authors on problem of etymology and ethnic content of the word "Kazakh," the author concentrates upon the information

contained in Russian records about Kazakhs. After this work, Krader completed his research initiated and supported by the Far-Eastern and Russian Institute of the Washington University and Russian Research Center under the Harvard University. In the process of collecting materials, the author visited Kazakhstan and obtained specialists' consultations. His work is called "Social Organization of the Mongol-Turkic Pastoral Nomads (Krader, 1963)." "The main objective of this research is to demonstrate economic and ecological regions where social and political organization of nomadic societies developed following ones and the same principles." In his other work "Peoples of Central Asia (Krader, 1963)," L. Krader examined formation of Kazakh ethnos, gave a geographic description of Kazakh lands, and exposed some issue of Kazakhstan's history until 1917 on the basis of works written by pre-revolutionary and Soviet authors. He used compositions of C. Valihanov and V.V. Velyaminova-Zernova, as well as A. Samoylovich to study the issue of Kazakh's ethnogenesis. Krader also published the article about principles and organizational structure of Asian steppes nomads-cattle-breeders. In all the above-mentioned publications Krader included special chapters about Kazakhs where he described formation of ethnic territory, times and reasons of separation into three Zhuzes, myths about the origin of Turkic people (Krader, 1955).

According to Nikolas Ryazanovskiy, Professor of the Californian University (Berkley), the reasons of accession of Central Asian territory to Russia lie "in Russian national features (Ryazanovskiy, 1952)." American sociologist and historian David T. Lindgren noted: «Weakness in resistance which Russians met here before revolution is relative, was explained by poorly developed national consciousness of the Central Asian people, and also that they were pacified by some improvement by the Russian administration of their financial position – streamlining of systems of land rent and the taxation, creation of a transport and communication network, adjustment of medical care» (Lindgren, 1979).

Empire remains a hot topic among historians of Russia and Eurasia. Studies over the last decade have pointed to the transformative force of imperial expansion and the colonial encounter both along the borderlands of the Russian state and in the metropole. Two major developments facilitated the importance of studying Russia as an empire. First, the collapse of the Soviet Union not only opened the eyes of scholars of the region to continued repression of non-Russian nationalities but opened the doors of regional archives and libraries to foreigners. At

the same time the explosive field of colonial studies appeared, inspired by Edward Said's seminal text. Even if Said and other colonial theorists convinced of the centrality of empire building to the politics and culture of Great Britain and France remained ambivalent on the application of their conclusions to Russia, numerous scholars working on the Russian borderlands clearly saw the parallels between their subjects and those invoked in studies of West European empires. Empire, in fact, as numerous scholars have argued, played an even more important role in Russia than elsewhere in Europe, for it was through the acquisition of territories from the 16th to the 20th centuries that Russians sought to overcome their sense of political weakness and marginality and to prove their always-fragile status as a truly "European" state.

The intersection of Russian imperialism and the pastoralism of the steppe nomads provides a particularly useful lens to view motivations and processes of empire and their impact on politics and economics, society, and culture. Empire building on the steppe followed a long period during which tribes emerging from the region had held control over Moscow through the Golden Horde. Charles J. Halperin (Halperin, 1987) and Donald Ostrowski have noted the influences, cultural as well as political, of the tribes on the Slavic princedoms of the era (Ostrowski, 1998). From the 16th century onward, therefore, as power in the region shifted increasingly to the Muscovite state, Michael Khodarkovsky argues that Russian leaders employed steppe peoples as a gauge against which they judged their rising power, their identity as conquerors, and increasingly, their "civilization."

On the one hand, new works on colonialism seek not only to give a voice, and agency, to the colonized but to explore the wider significance of their role in shaping the colonial encounter and the ideology and practices of empire itself. As such, not only can the colonized engage and manipulate a colonial system, but they can alter its very foundations. More recent work has questioned the dichotomy of colonizer and colonized, as the workings of empire, for example, often favored native elites over poor settlers. On the other hand, scholars want not to minimize the destructive power of the conquerors. European colonialism was an extremely violent process, and brutal military force remained the ultimate arbiter of disputes between agents of empire and those they subjugated. A continued willingness to resort to violence to overcome resistance and subdue rebellions at any cost demonstrated the centrality of empire to both the image and practice of rule

in European empires, particularly in Russia. Taken together, these recent studies of empire on the steppe demonstrate its manifold effects on people and institutions from the tsar and central policy makers in St. Petersburg to pastoral Kyrgyz nomads in the Tien-Shan mountains.

In the middle of the 19th century some Kazakhs began to receive Russian-style education. It was from this group that the first modern Kazakh intellectuals appeared. They included the well-known scholar Shoqan Valikhanov, the famous pedagogue Ibrahim Altynsarin, and some intellectuals who worked for *Dala Walayatynyng Gazeti* (a newspaper of the Governor-Generalship of the Steppe). Their activities were multi-faceted, but one noteworthy aspect was that they zealously collected pieces of oral literature. The collection of oral literature was a part of a phenomenon that Peter Burke calls the “discovery of the people,” (Burke, 1978) which, in my view, can be interpreted as both the “discovery of the folk” and the “discovery of the nation.” By collecting pieces of oral literature and other kinds of folk culture, intellectuals rediscovered and defined the peculiarities of the Kazakhs and confirmed their devotion to a single Kazakh community which included both intellectuals and the masses.

In the 19th century Kazakh intellectuals were small in number. They were scattered on the vast steppe and lacked regular contact with each other, which Lewis Coser regarded as an essential condition for the intellectual vocation to become socially feasible (Coser, 1965). Media through which they could have an influence on ordinary people were also limited. By the beginning of the 20th century, however, with the spread of both Russian and Muslim systems of education, intellectuals increased and became a social stratum which was strong enough to organize social, cultural and political movements.

During the Soviet period, three individual Kazakhs - Chokan Valikhanov, Ibrahim Altynsarin, and Abai Kunanbaev - were regarded as the pillars, or ‘democratic-enlighteners’, of the nineteenth-century Kazakh intelligentsia. Martha Olcott referred to them as the leading ‘secular elite’, influenced by

Russian liberal exiles as well as Western literature (Olcott, 1987).

Results

Even as Russians proclaimed their military and cultural superiority over steppe nomads, they recognized the legacy and continuing power of tribal leaders to shape the practices and politics of empire in Central Eurasia. Steppe peoples, meanwhile, as Virginia Martin and Chinara Ryskulbekovna Israilova-Khar'ekhuzen argue, sought to exploit the machinery of colonial rule and adapt new practices of empire to their own cultures in the face of tsarist administrators and, subsequently, waves of Slavic colonists.

The book Steven Sabol “Russian Colonization and Genesis of Kazakh National Consciousness” (Sabol, 2003) has shown that Kazakh society was governed by its nomadic culture and evolving in its internal and external relations. The nineteenth and twentieth century intelligentsia conceptualized Kazakh national identity around the unifying cultural and social symbols of the Kazakhs nomadic pastoral past. To accomplish this the Kazakh intelligentsia had to overcome centuries of traditional social structure whose principal sources of strength and history relied upon smaller units of identity than any specific national persona. Aul, clan, and zhuz designations, though all Kazakh, were inherently stronger loci of identity. Keeping these symbols and their functions within Kazakh society in mind, it is necessary next to examine the Kazakh-Russian relationship and its effect upon the Kazakh economy, culture, and society. Paralleling this relationship is the growth of the Kazakh intelligentsia, which undertook the complex effort to define the Kazakh national identity.

Foreigners’ information about Kazakhstan, contained in publications of the specified historians, is fragmentary. No source contains a full overview and characteristics of this literature. The first such attempt is presented in Soviet historiography in K. L. Esmagambetov’s works (Esmagambetov, 1979).

References

- Allworth E., ed., *Central Asia: A Century of Russian Rule* (New York: Columbia University Press, 1967)
 Bacon E.E. *Central Asians under Russian rule. A study in Culture change*. Cornell Univ. press, Ithaca, N.Y., 1965.
 Burbank J. and Ransel D., eds., *Imperial Russia: New Histories for the Empire* (Bloomington: Indiana University Press, 1998)
 Burke P. *Popular Culture in Early Modern Europe*. New York, 1978. PP. 3-22.
 Coser Lewis A., *Men of Ideas: A Sociologist's View* (New York, 1965), pp. 3-4.
 Dave B. *Kazakhstan: Ethnicity, language and power*. New York: Routledge, 2007. P. 32.

- Esmagambetov K.L. Reality and falsification. Anglo-American historiography of Kazakhstan. Alma-Ata, 1976., It is. Kazakhstan in the works of Western authors. Alma-Ata, 1979 (in Russian)
- Geraci and Khodarkovsky, eds., Of Religion and Empire: Missions, Conversion, and Tolerance in Tsarist Russia (Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001)
- Geraci Robert P., Window on the East: National and Imperial Identity in Late Tsarist Russia (Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001)
- Halperin, Charles J. *Russia and the Golden Horde: The Mongol Impact on Medieval Russian History* (Bloomington: Indiana University Press, 1987);
- Hudson A.E. Kazak social structure. Yale Univ.press, 1938.
- Khalid A. The Politics of Muslim Cultural Reform: Jadidism in Central Asia (Berkeley: University of California Press, 1998)
- Krader L. Ethnonymy of Kazakh // American Studies in Altaic Linguistics, 13. 1962. P. 123.
- Krader L. Social Organization of the Mongol-Turkic pastoral nomads. The Hague, 1963.
- Krader L. Peoples of Central Asia. The Hague, 1963.
- Krader L. Principles and structures in the organization of the Asiatic Steppe pastoralists // Southwestern Journal of Anthropology, 1955. Vol. 11. No. 2. PP. 67-92.
- Lindgren D.T. Racial and ethnic conflict in Soviet Central Asia // Ethnic Autonomy-comparative dynamics: the Americans, Europe and the Developing World / Ed. by Raymond L. Hall. N.Y., etc., 1979. P. 239.
- Olcott M. The Kazakhs. Stanford, 1987. P. 104.
- Ostrowski D., Muscovy and the Mongols: Cross-Cultural Influences on the Steppe Frontier, 1304–1589 (Cambridge: Cambridge University Press, 1998).
- Pierce Richard A., Russian Central Asia 1867–1917: A Study in Colonial Rule (Berkeley: University of California Press, 1960)
- Riasanovsky N.V. Old Russia, the Soviet Union and Eastern Europe // The American Slavic and East European Review. Oct. 1952. Vol. XI. N. 3. PP. 171-182.
- Sabol S. Russian Colonization and the Genesis of Kazakh National Consciousness. New York: Palgrave Macmillan, 2003. P. 9, 10.
- Theodore R. Weeks, Nation and State in Imperial Russia: Nationalism and Russification on the Western Frontier, 1863–1917 (DeKalb: Northern Illinois University Press, 1996)
- Thomas G. Winner, The Oral Art and Literature of the Kazakhs of Russian Central Asia (Durham: Duke University Press, 1958)
- Werth Paul W., At The Margins of Orthodoxy: Mission, Governance, and Confessional Politics in Russia's Volga-Kama Region, 1827–1905 (Ithaca, NY: Cornell University Press, 2002)

Скрипникова А.

PhD, ст. преп. каф. ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: sai.kz@mail.ru

**УПОТРЕБЛЕНИЕ В МЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ
ЛОКАЛЬНОГО СЛОВА «УЯТМЕН»**

Статья представляет собой результаты исследования вариантов употребления локального слова «уятмен» в текстах СМИ. При применении контент-анализа и дескриптивного метода автор группирует шесть категорий эффективного практического применения новообразования в журналистских работах. Также сделан ряд выводов: слово «уятмен» широко используется в современных печатных и электронных казахстанских СМИ в различных жанрах; употребляется в качестве имени собственного и имени нарицательного, в единственном и множественном числах; приводится в связке с синонимом или антонимом, а также в составе словосочетания и риторического вопроса; слово прошло стадию социализации и вступает в стадию лексикализации; понятие закрепилось в национальной когнитивной базе и языковом пространстве казахстанцев, во многом благодаря деятельности масс-медиа.

Ключевые слова: СМИ, текст, локализм, уятмен.

Scripnikova A.

PhD, senior lecturer of UNESCO Chair, international journalism and media in society,
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: sai.kz@mail.ru

Options of using the local word “uyatmen” in the media texts

This article represents the results of the research “Options of using the local word “uyatmen” in the media texts. Applying the content-analysis and descriptive method, the author groups six categories of effective practical application of the neologism in journalistic works. A number of conclusions were drawn: the word “uyatmen” is widely used in modern print and electronic kazakhstani media in various genres; it is used as common and own name, in the singular and plural; it is given with a synonym or antonym, as well as in the composition of the phrase and in rhetorical question; the word passed the stage of socialization and entered the stage of lexicalization; the concept was fixed in the national cognitive base and linguistic space of Kazakhstan people, largely due to the media.

Key words: mass media, text, localism, uyatmen.

Скрипникова А.

PhD, ЮНЕСКО халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасының
аға оқытушысы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: sai.kz@mail.ru

«Ұятмен» деген жергілікті сөзі БАҚ мәтіндерінде қолдану

Мақалада «ұятмен» деген жергілікті сөзі БАҚ мәтіндерінде қолдану нұсқаларының зерттеу нәтижелері ұсынылды. Контент-талдау және дескриптивтік әдіс қолданған кезде, автор журналистік қызметі барысында неологизмді қолданудың алты санатын топтастырды. Сондай-ақ, бірқатар тұжырымдар жасалды: «ұятмен» деген сөз қазіргі заманғы баспа және электронды қазақстандық БАҚ-та әр түрлі жанрларда кең қолданылады; жалқы және жалпы есім ретінде, жекеше және көпше түрді пайдаланады; синоним немесе антоним ретінде байланыстырады; сонымен қатар сөз тіркесінің құрамында және риторикалық сұрақта ауыстырылады; сөз әлеуметтендіру сатысына өткен және лексикализация санатына жатады; масс-медияның арқасында әлгі қазақстандықтардың ұлттық когнитивтік және тілдік кеңістігінде нық бекітті.

Түйін сөздер: БАҚ, мәтін, локализм, ұятмен.

Введение

Корреспонденты казахстанских средств массовой информации активно используют в своей работе локальные, топиические слова. Среди причин данного явления можно выделить низкий уровень читабельности отечественных масс-медиа за рубежом. Так, согласно рейтингу, сайты новостных СМИ посещает 79,5 % пользователей из Казахстана, 9,3% пользователей из России, 6% пользователей из США, 0,8 % пользователей из Киргизии и т.д. (1). Множество казахстанских СМИ выпускают идентичные информационные тексты в двух языковых вариантах: на казахском и русском; в редакциях работают полиязычные журналисты, – данные факты также оказывают мощное воздействие на конечный материал – собственно журналистский текст. Ориентирован он, прежде всего, на отечественную аудиторию. Исследование в рамках одной работы вариантов употребления всего массива локальных и топиических слов невозможно – отсюда необходимость ограничиться одним понятием.

Вначале приведем, согласно словарю Л.П. Крысина, толкование понятия «локальный», которого и будем придерживаться в дальнейшем: «местный, не выходящий за определенные пределы» (Крысин 2010: 315). В качестве синонима к слову «локальный» в данной работе будем употреблять прилагательное «местный». Его трактуем согласно Толковому словарю современного русского языка: «относящийся только к определенной местности, не общий; действующий или имеющий значение в пределах определенной территории, района, коллектива» (Лопатин и др. 2011: 330).

В качестве иллюстративного примера локализма будем рассматривать слово «уятмен» по причине сравнительно недавнего появления в медийном пространстве и резко возросшей частотности употребления в период с 2016 по 2017 год. Так, согласно рейтингу динамики популярности поисковых запросов, впервые колебания были зафиксированы в апреле 2016 года, а пик интереса аудитории к анализируемому понятию пришелся на январь 2017 года (2). Отметим также, что ранее не был проявлен исследовательский интерес к вышеупомянутому слову: научных статей либо работ иного формата и характера по данной теме в базах данных не зафиксировано. Отсутствие аналогичных исследований еще раз подчеркивает актуальность данной работы и ее научную новизну.

Цель – исследование казахстанских медийных текстов с точки зрения употребления в них

локального слова «уятмен». Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи: провести обзор литературы, посвященной данной тематике; провести выборку текстов, содержащих указанный неологизм; выявить варианты его употребления и, по возможности, сгруппировать их; определить роль СМИ в процессе закрепления слова в когнитивном и языковом пространстве.

Объект исследования – журналистские тексты, содержащие слово «уятмен». Предметом исследования являются варианты употребления вышеуказанного локализма. Научная новизна работы заключается в том, что впервые в отечественной науке сделана попытка комплексного исследования вариантов употребления нового локализма в масс-медиа.

Материал и методы

Методологические основы исследования соответствуют основным параметрам междисциплинарного подхода к изучению медийных текстов. Материал исследования – примеры употребления слова «уятмен», извлеченные из текстов СМИ. Источник извлечения материала – русскоязычная пресса Казахстана, выходящая на регулярной основе и имеющая официальную регистрацию, конкретно – республиканские газеты, выпускаемые тиражом от 50 000 экз.: «Экспресс-К», «Караван», «Время»; новостные Интернет-сайты с высокой посещаемостью от 49 000 польз.: «Tengrinews.kz», «Otyrar.kz»; материалы телеканала «1 Евразия» («1 Евразия» – ведущий телеканал Казахстана по данным на 2014 год (3)).

По мнению группы исследователей, электронные СМИ Казахстана первыми реагируют на все изменения (Жанабекова и др. 2014: 516). Именно из-за их повышенной «чувствительности» к интересам и потребностям аудитории они включены нами в источники извлечения материала.

В данном исследовании нами использованы следующие методы: метод контент-анализа (качественный) и дескриптивный метод (в его современной трактовке). Уточним, что контент-анализ применяется нами согласно Г.Д. Лассвеллу: в качестве анализа знаков и утверждений с целью проверить их влияние на аудиторию; результаты анализа – это частота определенных символов, их интенсивность и оценка отправителя (Лассвелл 1949: 37). Дескриптивный метод, по А.А. Горбачевскому, включает

в себя три этапа анализа языкового материала: сегментацию (выделение языковых единиц из текста), идентификацию (разграничение языковых единиц и их вариантов), аранжировку (определение взаимоотношений между языковыми единицами) (Горбачевский 2011: 210). Перечисленные этапы пройдены нами в ходе исследования.

Гипотеза, требующая подтверждения, – топическое слово «уятмен» широко используется в современных печатных и электронных казахстанских СМИ в различных журналистских жанрах и закрепилось в национальной когнитивной базе и языковом пространстве казахстанцев, во многом благодаря деятельности СМИ.

Уточним, что когнитивная соотносится с тем, как индивиды приобретают знания, а также применяют его – это процесс, посредством которого мы понимаем события и идеи, чтобы понять мир (Лонг 2018: 22).

Согласно исследователю О. Флореску, изменения на глобальном уровне создали надлежащее поле для развития возможностей СМИ, в т. ч. и возможностей влиять посредством информации на общество и язык (Флореску 2014: 349). Вышеозначенная работа подтверждает значимость выдвинутой нами гипотезы.

Обзор литературы

Близкой по тематике к данному исследованию является работа Ю. Чжан и А. И. Головни «Репрезентация неологизмов в средствах массовой информации РФ и РБ» (Чжан и др. 2014). Здесь же мы можем процитировать важное для нас утверждение Л. Хомуло из его научной работы: «Неологизмы часто приобретают популярность путем масс-медиа» (Хомуло 2009). Исследование Дж. Чо «Функционирование неологизмов в языке газеты», в котором источником извлечения материала послужили медийные тексты, также может быть включено в обзор литературы (Чо 2004). Из казахстанских авторов можно упомянуть А.З. Кайбулдаеву, чей исследовательский интерес лежит в области функционирования неологизмов в русском языке в условиях межкультурной коммуникации (Кайбулдаева 2012). Также, Д. Байдрахманов и Г. Досжан исследуют использование англицизмов в казахском языке, уделяя особое внимание сходствам и различиям в их принятии и адаптации к языковой системе (Байдрахманов и др. 2015). Существует несколько работ по теме медиаполиса (медиаполис – специфический аналог реального города, взятый в его медиа ипостаси (Корконо-

сенко 2013: 314)), в которых озвучена важная для нас идея жизни слов и понятий, рожденных медиа (Сильверстоун 2007). Но, как было сказано ранее, работ, аналогичных данному исследованию, нами не обнаружено.

Итак, слово «уятмен» образовано путем слияния казахского «*уят*» – стыд, позор, стеснение, совесть (Сыздыкова и др. 2002: 904) и транслитерированного английского «*man*» – мужчина, человек, человеческий род, человечество, рабочий, слуга, муж, приятель и т.п.; «-*man*» в сложных словах означает занятие, профессию (Мюллер и др. 2010: 686-687). Таким образом, значение рассматриваемого понятия можно интерпретировать, как «человек-совесть». «Уятмен» – искусственно созданное слово на базе сочетания иноязычных и казахских речевых элементов, что весьма характерно для современного Казахстана. Согласно имеющимся данным, казахстанцы часто смешивают в своей речи русские и английские слова и даже фразы (4).

Аналогичная схема построения слов используется в современном английском языке: *Spiderman* (человек-паук), *Ironman* (железный человек) и т.п. Здесь же мы можем констатировать когнитивную связь слова «уятмен» (человек-совесть) с именами популярных героев зарубежных комиксов, а также упомянуть о появлении комиксов с участием персонажа Уятмена, который сражается с бесстыдством в казахстанском обществе (автор – художник М. Дильманов).

Говоря о локализмах, исследователь Т.И. Ерофеева выделяет среди них представительную группу слов, определяющих черты характера, поведение человека, его поступки и действия (Ерофеева 2010: 71). К данной группе отнесем и слово «уятмен».

Высшим проявлением силы локализма является использование его в совокупности нескольких поэтических функций, когда локализм не просто удачно именует предмет или явление, не просто содействует созданию ярких, выразительных образов, но, органически входя в контекст, позволяет высветить идейное звучание произведения (Ерофеева 2010: 71). Это высшее проявление силы локализма, по Т.И. Ерофеевой, мы можем наблюдать при использовании местного слова «уятмен» в заголовках либо в лиде.

Появление данного понятия, на наш взгляд, обусловлено национально-культурной спецификой. Как считает исследователь Б.Ф. Поршнев, в современной науке под национально-культурной спецификой, в основном, понимаются природно-географические, социально-истори-

ческие факторы, определяющие особенности жизни того или иного этноса (Поршнева 1966: 18). В данном случае мы можем говорить о социальных факторах, спровоцировавших появление нового понятия. Так, в статье К. Хаппер и Г. Фио рассматривается влияние СМИ на возникновение общественных убеждений и взглядов и их связь с социальными изменениями (Хаппер и др. 2013: 96). И, как было отмечено исследователем Б. Уильсоном, все СМИ, от соц. сетей до печатных газет, могут играть решающую роль в развитии и понимании морали в обществе (Уильсон 2018: 34).

Существование рассматриваемого локализма в когнитивной базе казахстанцев бесспорно, так как оно подтверждается множественными материалами в СМИ. Тексты СМИ, в свою очередь, можно отнести к прецедентным текстам, соответственно, они постоянно воспроизводятся в дискурсе. О воспроизводстве свидетельствуют комментарии и иные отклики со стороны масс-медийной аудитории, а также серии журналистских публикаций. Согласно Т.П. Друженко, если текст закреплён в лингвокультурном сообществе как инвариант, он будет храниться в коллективной памяти, даже если большинство членов сообщества его не читали (Друженко 2014: 6).

Изначально, после своего появления и стремительного распространения через Казнет, локализм приводился журналистами с некоторым пояснением или отсылкой к предыдущим событиям. Пример: редакция республиканской газеты размещает на своем одноименном сайте заметку под названием «Уятмен» *Талгат Шолтаев задолжал деньги за ужин в одном из ресторанов Астаны*» («Караван» от 02.11.2016). В лиде автор поясняет значение употребляемого им слова: «Напомним, Талгат Шолтаев стал известен после того, как накрыл платком установленную в Астане статую голой женщины. Обнаженный вид памятника мужчина посчитал непристойным и вынес однозначный вердикт – уят (казахское «стыд»). Поступок Шолтаева вызвал широкую дискуссию в обществе, часть которого встала на его сторону, а часть попросту высмеяла инициативу борца за нравственность. Именно тогда мужчина и получил «супергеройское» прозвище «Уятмен». В приведенном выше примере автор текста дважды дает дополнительную информацию по поводу рассматриваемого нами понятия: а) перевод с казахского языка, б) пояснение («супергеройское» прозвище). Эти данные свидетельствуют о том, что журналист не полагается на осведомленность аудитории.

Результаты и обсуждение

Как пишет исследователь М.В. Иванова, в процессе своего появления и развития слово проходит стадии социализации (закрепления в обществе) и лексикализации (закрепления в языке) (Иванова 2008: 32). Рассматриваемое нами слово находится на стадии социализации. О закреплении понятия в обществе свидетельствуют его широкое распространение и трансляция, в том числе и по каналам СМИ. Более того, мы будем утверждать, что исследуемое понятие постепенно переходит в следующую стадию развития. На этапе лексикализации у слова появляются синонимы и антонимы, а в языке закрепляются навыки и противопоставления его употребления в различных контекстах. Вышеперечисленные признаки отражены в следующих показательных примерах, взятых нами из масс-медийных текстов. Все текстовые отрывки с использованием локализма разбиты на шесть групп:

1. Употребление понятия в ряду синонимов: общественно-политическая газета в рецензии на театральную постановку пишет: «*Ретрограды и уятмены всех мастей не замедлят обвинить авторов в нарушении норм морали и несерьезном отношении к культурному наследию. Но время не стоит на месте, и современная подача доброй легенды, воспевающей истинные ценности, имеет право на существование*» («Экспресс-К» от 16.10.2017). Та же газета в статье под названием «Декретные материалы», где речь идет о контрацептивах, приводит цитату героини номера: «...Конечно, я понимаю, что среди ваших читателей найдутся критики и уятмены. Но я не случайно выбрала для себя профессию акушера-гинеколога. Моя задача – стоять на страже здоровья женщины, и наш кабинет планирования семьи существует для того, чтобы материнство приносило радость, а не боль и разочарование» («Экспресс-К» от 14.07.2017). В качестве синонимов автор (в вышеозначенных примерах он один и тот же) приводит слова: «критики» и «ретрограды».

2. Употребление понятия в связке с антонимом: популярный новостной портал публикует информацию: «...в Алматы и Астане прошли тематические вечеринки «Уят-пати», на которых использовались образы Уятмена и его главной оппонентки – Уятсыз, которая прикрывает свою наготу только смартфоном» («Tengrinews.kz» от 03.11.2016). Антонимом к исследуемому слову здесь является «Уятсыз» – *авт.пер.* Бесстыдница.

3. Употребление в единственном и множественном числах: общественно-политическая газета публикует интервью с казахстанской певицей Дильназ Ахмадиевой. Интервьюер задает вопрос: *«В этот раз нашим уятменам будет в чем вас обвинить?»*. Ответ: *«Я думаю, что теперь у них наконец-то будет железный повод!... Я буду, мягко говоря, несколько оголенная, хотя для наших уятменов сейчас даже голые лодыжки – уже трагедия»* («Время» от 20.09.2017). В приведенном отрывке рассматриваемое слово употреблено дважды во множественном числе. Пример употребления в СМИ локализма в единственном числе приведен нами ранее.

4. Употребление в качестве имени собственного и имени нарицательного: общественно-политическая газета публикует статью: *«Куда смотрит Уятмен или как отдыхают казахстанские звезды шоу-бизнеса»*. В самом тексте, как и в заголовке, рассматриваемое слово употреблено как имя собственное, об этом свидетельствует написание с заглавной буквы: *«Скандально известный казахстанский блогер Асель Байандарова, на которую не раз хотели натравить Уятмена, продолжает свой голый бунт»* («Караван» от 12.01.2017). Также в тексте о Т. Шолтаеве слово приводится с заглавной буквы и в кавычках. Употребление слова в качестве нарицательного показано в примерах 1 и 3.

5. Употребление в структуре риторического вопроса: казахстанский телеканал на своем сайте размещает новостную заметку под названием *«Куда смотрит уятмен? Девушек в нижнем белье засняли в «Хан шатыре»* («1 Евразия» от 07.11.2017). Региональный новостной сайт также размещает новость под заголовком *«Опять Уятмен? В Шымкенте одели скульптуру «Девочка у колонки»* («Отырар.kz» от 30.11.2016). При создании данных текстов журналисты уже апеллируют к фоновым знаниям аудитории. Фоновые знания – знания общих условий, обстановки, среды, окружения, в которых что-либо находится или что-либо происходит; обоюдное знание реалий говорящим и слушающим (Нелюбин 2003: 295), в данной ситуации информатором, в роли которого выступает журналист, и информантом – масс-медийная аудитория.

6. Употребление в составе словосочетания: общественно-политическая газета публикует обзор, в котором одно из предложений содержит интересующее нас топическое слово: *«Наши соотечественники краснеют, когда видят в Instagram фото этой красавицы. Как говорится, есть на что поглазеть и за что вызвать буй-*

ный гнев записного уятмена» («Экспресс-К» от 19.09.2017). Как следует из данного отрывка, неологизм «уятмен» приобретает все более сформированный вид, вступая в синтаксические отношения и формируя смысловую связь с компонентами словосочетания, конкретно, с именем прилагательным.

Несмотря на активное развитие локализма, считать завершенной вторую стадию мы не можем, так как полная лексикализация предусматривает, прежде всего, фиксацию слова в словаре неологизмов.

Следует подчеркнуть, что в вышеозначенных категориях нами зафиксировано большое количество примеров практического использования в журналистских текстах новообразования «уятмен». Все они могут быть сведены к шести вышеуказанным группам. Текстов, которые не могут быть в них включены, нами не зафиксировано.

Заключение, выводы

Итак, после проведения анализа вариантов употребления понятия «уятмен» в журналистских текстах можем сделать следующие выводы:

а) слово «уятмен» широко используется в современных печатных и электронных казахстанских СМИ в различных журналистских жанрах (в указанных примерах – рецензия, интервью, заметка, информация, обзор, статья);

б) слово «уятмен» не употребляется по отношению к женщинам (не зафиксировано ни одного медийного текста с подобной когнитивной);

в) употребление слова «уятмен» в текстах иностранных СМИ не зафиксировано;

г) понятие имеет синонимы, антонимы; употребляется в качестве имени собственного и имени нарицательного; имеет единственное и множественное число, вступает в синтаксические отношения; не закреплено в словаре неологизмов;

д) новообразование прошло стадию социализации и вступает в стадию лексикализации;

е) понятие закрепилось в национальной когнитивной базе и языковом пространстве казахстанцев, во многом благодаря деятельности СМИ в сети Интернет. Новообразование используется только в масс-медиа, в современных произведениях литературы оно не обнаружено.

Считаем, что поставленная цель исследования достигнута, задачи решены. Области применения полученных результатов: журналистика, филология, лингвистика, межкультурная коммуникация, культурология, социология.

Все рассмотренные в ходе исследования журналистские тексты представлены на русском языке и понятны носителям языка, проживающим в Казахстане. Понимание неологизма за пределами Казахстана или в приграничных территориях – тема для отдельного исследования. Но, мы можем утверждать, что слово «уятмен» является одним из множества дескрипторов диалога культур на территории Республики. По мнению Ф.Т. Назари, одним из конститутивных определяющих компонентов национальной специфики может считаться язык социума, играющий роль важнейшего условия выражения культуры (Назари 2014: 185). Язык социума – в данном контексте ни что иное, как язык СМИ.

Если мы утверждаем, что русский язык, функционирующий на территории Казахстана, отличается от русского языка в Российской Федерации, то спорным является вопрос о существовании языковой лакуны, которую русский язык заполняет новообразованием с элементами казахского и английского языков. Уточним, что понятием «лакуна» обозначаются явления, предметы, представления и т.д., бытующие в одной локальной культуре и отсутствующие в дру-

гой. Абсолютными считаются лакуны, если их эквиваленты в другом языке не могут быть переданы при помощи одного слова, а лишь посредством словосочетания (Муравьев 1971: 31). Рассматриваемый нами социальный феномен, именуемый словом «уятмен», сам является местным, локальным, топическим. Явление характерно для казахстанской культуры в целом, казахстанского общества, члены которого используют для общения как казахский, так и русский языки, понимают применение англоязычных элементов в речи.

Вопрос о том, насколько продолжительным будет существование стремительно возникшего локализма – тема для отдельного исследования. Так, например, по мнению М. Джонсона, чем более топическую окраску носит слово, тем больше вероятность его скорой «смерти» (Джонсон 2017: 3). Мы утверждаем лишь, что в нынешнем процессе закрепления слова в лингвокультурном пространстве основную роль сыграли медиа, что, в свою очередь, еще раз подчеркивает их широкие возможности воздействия за короткий временной период (2016-2017 гг.) как на потребителей информации, так и на язык в целом.

Литературы

- Горбачевский А.А. (2011) *Теория языка. Вводный курс: учебн. пособие*. – М.: Флинта: Наука.
- Дж. Джейси Чо. (2008) Функционирование неологизмов в языке газеты // *Russian Language Journal*, 58, 133-157.
- Дружченко Т. П. (2014) Прецедентные тексты в межкультурной коммуникации и в учебном процессе // *Universum: Психология и образование*, 3(4), 3-8.
- Ерофеева Т.И. (2010) Локальная единица в городской литературной речи как результат диалога двух языковых систем // *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*, 3, 71-78.
- Иванова М.В. (2008) Изучение неологизмов в сфере сельского хозяйства на занятиях по английскому языку // *Мир лингвистики и коммуникации*, 11, 32-34.
- Кайбулдаева А.З. (2012) Тенденции образования и развития неологизмов в русском языке // *Вестник КазНУ. Серия филологическая*, 2(136), 198-201.
- Крысин Л.П. (2010) *Учебный словарь иностранных слов*. – М.: Эксмо.
- Лопатин В.В., Лопатина Л.Е. (2011) *Толковый словарь современного русского языка*. – М.: Эксмо.
- Муравьев В.Л. (1971) О языковых лакунах // *Иностранные языки в школе*, 1, 97.
- Мюллер В.К., Шевнин А.Б., Бродский М.Ю. (2010) *Большой англо-русский словарь*. – М.: АСТ; Екатеринбург: У-Фактория.
- Назари Ф.Т. (2014) К вопросу о сохранении национального своеобразия текста при переводе // *Вестник КГУ им. Некрасова*, 5, 185-188.
- Нелюбин Л.Л. (2003) *Толковый переводоведческий словарь*. – М.: Флинта: Наука.
- Поршнев Б.Ф. (1966) *Социальная психология и история*. – М.: Наука.
- Сыздыкова Р.Г., Хусаин К.Ш. (2002) *Казахско-русский словарь*. – Алматы: Дайк-пресс.
- Чо Дж. (2004) *Состав и функционирование неологизмов в языке газеты* (диссертация кандидата наук) / МГУ.
- Чжан Ю., Головня А. И. (2014) Репрезентация неологизмов в средствах массовой информации РФ и РБ // *Карповские научные чтения: сб. науч. ст.*, 8 (2), 138-142.
- Baidrakhmanov D., Doszhan G. (2014) Historical and Sociolinguistic Aspects of Use of Anglicisms in the Kazakh Language. *2nd Global Conference on Psychology Researches*, 10.
- Florescu O. (2014) Positive and Negative Influences of the Mass Media upon Education // *Social and Behavioral Sciences*, 149, 349 – 353.
- Happer C., Philo G. (2013) The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change // *Journal of Social and Political Psychology*, 1, 96.

- Homulo L. (2009) Neolojical Burst in Mass-Media // *Editura Europlus*, 3382, 259 – 263.
- Johnson M. (2017, March 5) Why words die: How to keep lexical treasures from keeling over // *Economist*, pp. 3-6.
- Korkonosenko S. G. (2013) Mediapolis: new environment, new life, new research prospects // *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*, 2, 314-325.
- Lasswell H. D. (1949) *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics*. – N.-Y.: G.W.Steward.
- Long P. (2018) Thinking about media as texts, *Media texts and meanings* (pp. 1 – 34).
- Silverstone R. (2007) *Media and morality: on the rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.
- Zhanabekova M., Barlybayeva S., Myssayeva K. (2014) Development of Mass Media in Kazakhstan. *Social and Behavioral Sciences*, 159, 512 – 516.
- Wilson M. (2018) The role of the media in developing a shared moral understanding. *The Social Science Journal*, 55, 34-36.
- Электронные ресурсы:
- Zero.kz. Казахстанский рейтинг. Сервис Интернет-статистики (2018, январь 20). Режим доступа: <https://zero.kz/?c=11&sr=kz&pd=86400>.
- Google Trends. Анализ поисковых запросов (2018, январь 20). Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/explore?>
- Электронная энциклопедия. Wikipedia (2018, апрель 1). Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
- Central Asia. Kazakhstan. The English Language in Kazakhstan (2018, апрель 1). Режим доступа: <https://www.lonelyplanet.com/thorntree/forums/asia-central-asia/kazakhstan/the-english-language-in-kazakhstan>.

References

- Gorbachevskij A.A. (2011) *Teorija jazyka. Vvodnyj kurs: uchebn. Posobie* [Theory of language. Introductory course: textbook] M.: Flinta: Nauka.
- Dzh. Dzhejsi Cho. (2008) Funkcionirovanie neologizmov v jazyke gazety [The functioning of neologisms in the language of newspaper] *Russian Language Journal*, 58, 133-157.
- Druzhchenko T. P. (2014) Precedentnye teksty v mezhlukturnoj kommunikacii i v uchebnom processe [Precedent texts in intercultural communication and in the educational process] *Universum: Psihologija i obrazovanie*, 3(4), 3-8.
- Erofeeva T.I. (2010) Lokal'naja edinica v gorodskoj literaturnoj rechi kak rezul'tat dialoga dvuh jazykovyh system [Local unit in urban literary speech as a result of a dialogue of two language systems]. *Vestnik LGU im. A.S. Pushkina*, 3, 71-78.
- Ivanova M.V. (2008) Izuchenie neologizmov v sfere sel'skogo hozjajstva na zanjatijah po anglijskomu jazyku [The study of neologisms in the field of agriculture in the English classroom]. *Mir lingvistiki i kommunikacii*, 11, 32-34.
- Kajbuldaeva A.Z. (2012) Tendencii obrazovaniya i razvitiya neologizmov v russkom jazyke [Trends in the formation and development of neologisms in the Russian language]. *Vestnik KazNU. Serija filologicheskaja*, 2(136), 198-201.
- Krysin L.P. (2010) *Uchebnyj slovar' inostrannyh slov* [Educational dictionary of foreign words]. M.: Jeksmo.
- Lopatin V.V., Lopatina L.E. (2011) *Tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo jazyka* [Explanatory dictionary of the modern Russian language]. M.: Jeksmo.
- Murav'ev V.L. (1971) O jazykovyh lakunah [About language gaps]. *Inostrannye jazyki v shkole*, 1, 97.
- Mjuller V.K., Shevnin A.B., Brodskij M.Ju. (2010) *Bol'shoj anglo-russkij slovar'* [The Big English-Russian Dictionary]. M.: AST; Ekaterinburg: U-Faktoriya.
- Nazari F.T. (2014) K voprosu o sohranении nacional'nogo svoeobrazija teksta pri perevode [To the issue of preserving the national identity of the text during the translation]. *Vestnik KGU im. Nekrasova*, 5, 185-188.
- Neljubin L.L. (2003) *Tolkovyj perevodovedcheskij slovar'* [Explanatory translation dictionary]. M.: Flinta: Nauka.
- Porshnev B.F. (1966) *Social'naja psihologija i istorija* [Social psychology and history]. M.: Nauka.
- Syzdykova R.G., Husain K.Sh. (2002) *Kazahsko-russkij slovar'* [Kazakh-Russian dictionary]. Almaty: Dajk-press.
15. Cho Dzh. (2004) *Sostav i funkcionirovanie neologizmov v jazyke gazety* [Composition and functioning of neologisms in the language of newspaper] (dissertacija kandidata nauk). MGU.
16. Chzhan Ju., Golovnja A. I. (2014) Reprezentacija neologizmov v sredstvah massovoj informacii RF i RB [Representation of neologisms in the mass media of the Russian Federation and the Republic of Belarus]. *Karpovskie nauchnye chtenija: sb. nauch. st.*, 8 (2), 138-142.
17. Baidrakhmanov D., Doszhan G. (2014) Historical and Sociolinguistic Aspects of Use of Anglicisms in the Kazakh Language. *2nd Global Conference on Psychology Researches*, 10.
18. Florescu O. (2014) Positive and Negative Influences of the Mass Media upon Education. *Social and Behavioral Sciences*, 149, 349 – 353.
19. Happer C., Philo G. (2013) The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1. 96.
20. Homulo L. (2009) Neolojical Burst in Mass-Media. *Editura Europlus*, 3382, 259 – 263.
21. Johnson M. (2017, March 5) Why words die: How to keep lexical treasures from keeling over. *Economist*, pp. 3-6.
22. Korkonosenko S. G. (2013) Mediapolis: new environment, new life, new research prospects. *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*, 2, 314-325.
23. Lasswell H. D. (1949) *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics*. N.-Y.: G.W.Steward.
24. Long P. (2018) Thinking about media as texts, *Media texts and meanings* (pp. 1 – 34).
25. Silverstone R. (2007) *Media and morality: on the rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.

26. Zhanabekova M., Barlybayeva S., Myssayeva K. (2014) Development of Mass Media in Kazakhstan. *Social and Behavioral Sciences*, 159, 512 – 516.
27. Wilson M. (2018) The role of the media in developing a shared moral understanding. *The Social Science Journal*, 55, 34-36.
- Electronic resources:
1. Zero.kz. Kazahstanskij rejting. Servis Internet-statistiki (2018, janvar' 20). Rezhim dostupa: [https://www. zero.kz/?c=11&sr=kz&pd=86400&p=18](https://www.zero.kz/?c=11&sr=kz&pd=86400&p=18).
 2. Google Trends. Analiz poiskovyh zaprosov (2018, janvar' 20). Rezhim dostupa: [https://www. trends.google.ru/trends/explore?date=today%205y&q=ujatmen](https://www.trends.google.ru/trends/explore?date=today%205y&q=ujatmen).
 3. Jelektronnaja jenciklopedija. Wikipedia (2018, aprel' 1). Rezhim dostupa: https://www.wikipedia.ru/wiki/Pervyj_kanal_Evrazija.
 4. Central Asia. Kazakhstan. The English Language in Kazakhstan (2018, aprel' 1). Rezhim dostupa: <https://www.lonelyplanet.com/thorntree/forums/asia-central-asia/kazakhstan/the-english-language-in-kazakhstan>.

4-бөлім
**ЭЛЕКТРОНДЫ АҚПАРАТ
ҚҰРАЛДАРЫ**

Раздел 4
**ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА
ИНФОРМАЦИИ**

Section 4
**ELECTRONIC MASS
MEDIA**

Қабылғазина К.¹, Әлім Ә.², Белғараева А.³

¹профессор міндетін атқарушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Kabylgazina.klara@mail.ru

²аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ.,

³әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

**ҚАЗАҚ ТЕЛЕВИЗИЯСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫНА
ЖАҒАНДЫҚ ЫҚПАЛ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Зерттеудің мақсаты – тарихи материалдар арқылы бүгінгі күннің бөлінбес бөлшегіне айналып отырған телевизияның эволюциялық дамуын дәлелдеу. Қазақ телевизиясының даму сатыларын қарастыра отырып, шетел телевизиясының даму бағыттарымен салыстыру. Қоғамдық сана мен қоғамдық пікірді қалыптастырудағы әсерін зерделеу. Құрылғанына 60 жыл толып отырған Қазақ телевизиясының тарихи даму жолының алғашқы кезеңдерін айқындау. Эволюциялық даму жолындағы әлеуметтік және саяси жүйелердің әсерін көрсету. Батыстық телевизияның даму жолдарын қарай отырып, қазақстандық телевизияның функцияларын анықтау, осылайша бүгінгі күнгі телевизияның рөлін сараптау мақаланың негізгі аспектісі болып табылады.

Маңызды қоғамдық құбылыстың бірі – телевизияның адамдар өміріне енуі. Қазақстандағы алғашқы телестудия тұңғыш хабарын 1958 жылы 8 наурыз күні ресми түрде эфирге шығарып, алғашқы отандық телекамералар мен техникалық телеорталық Алматы қаласында іске қосылған болатын. Алғашқы жылдары телевизия мамандары жетіспегендіктен газет және радиожурналистері қызметке шақырылған болатын. Сондықтан да, газет, радио материалдарының айдарлары көп қолданылатын. Көбінесе одақтық телевизия хабарлары пайдаланылып, күніне берілетін 5 сағаттық хабар сеткасы одақ және республика жаңалықтарымен толтырылатын. АҚШ телевизиясы пайда болғаннан 37 жылдан кейін біздің елде телевидение ашылып отыр. Біріншіден, 37 жыл айырмашылық өте үлкен мерзім, екіншіден, Қазақстанның телевидениесі көп уақыт бойы тоталитарлық жүйенің құрбаны болды. Сол себептен де жоғары деңгейде дами алмады. Алайда, қазіргі тұста жаһандық үлгіге бет бұрып, дамыған елдер үлгісінде хабар тарата алуда.

Түйін сөздер: телевизия, эволюция, шетел телевизиясы, қоғамдық сана, телекамера, техника, телеорталық, тоталитарлық саясат.

Kabylgazina K.K., Alim A., Belgarayeva A.

¹u.o. professor, Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: Kabylgazina.klara@mail.ru

²st. teacher, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

³Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

The impact of globalization on the development of Kazakh television

The purpose of studying historical materials, which become an integral part of the day today through television, taking into account the stages of evolutionary development of Kazakh television. Television in the formation of public consciousness and public opinion, which marks 60 years of its existence, the study of the influence of the historical development of Kazakh television on the first stages of the road. To determine the evolutionary development of social and political systems. Western influence on the ways of determining the functions of Kazakhstan television, with reference to the development of television, so today's article is the study of the role of television as the main aspect. One of the most important public phenomena is television access to people's lives. The first TV studio in Kazakhstan was officially broadcast on March 8, 1958, the first domestic television and television center in Almaty. Because of lack of television specialists in the first years, newspapers and radio journalists were invited to the ser-

vice. Therefore, newspapers and radio were often used. The most widely used information television newsletters are these 5-hour information bulletins, which are regularly updated from the UK and the Republic. Television has been in the country since the opening of 37 years after the appearance of American television. In the first place, 37 years – a very long period of time, and the television in Kazakhstan was a totalitarian system. By the way, it did not turn out to be the top ten. Just in the modern world, it is possible to distribute the software to the countries of the world.

Key words: Television, evolution, western television, public consciousness, camera, equipment, telecentre, totalitarian policy.

Қабылғазина К.К., Алим А., Белгараева А.

¹и.о. профессора, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: Kabylgazina.klara@mail.ru

²ст. преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

³Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

Вопросы влияния глобализации на становление казахского телевидения

Целью исследования является доказательство эволюционного развития национального телевидения, которое становится неотъемлемой частью сегодняшней истории. Применяется сравнительный анализ тенденций развития казахстанского телевидения с тенденциями зарубежного телевидения. Авторы изучают влияние социальных и политических систем на эволюционное развитие; определение первых этапов исторического развития казахского телевидения, которому исполнилось 60 лет.

Основным аспектом статьи является определение роли телевидения в Казахстане, а также значимости телевидения в современном мире с учетом путей развития западного телевидения. Одним из важнейших общественных явлений является телевизионный доступ к жизни людей. Первая телестудия в Казахстане официально транслировалась 8 марта 1958 года первым отечественным телевизионным центром в Алматы. Из-за нехватки телевизионных специалистов в первые годы на службу были приглашены корреспонденты из газет и радиожурналисты, поэтому рубрики газеты и радио часто использовались на ТВ.

Наиболее часто используемые телевизионные информационные бюллетени – это 5-часовые информационные бюллетени, ежедневно заполненные новостями из Союза и Республики. Телевидение в нашей стране было открыто через 37 лет после появления американского телевидения. Это очень большой разрыв, во-вторых, телевидение в Казахстане являлось жертвой тоталитарной системы. Поэтому отечественное телевидение не получило должного развития. Однако в современном мире казахское ТВ может создавать и распространять качественные программы, опираясь на опыт развитых стран.

Ключевые слова: Телевизия, эволюция, западная телевизия, общественное сознание, телекамера, техника, телецентр, тоталитарная политика.

Кіріспе

Қазақ телевизиясының қалыптасуы, құрылуы және оның бастапқыдағы бағыттары тоталитарлық мемлекет кезеңіндегі әлеуметтік тоқырау заманына тап келді. Қазақ мемлекетінің бұқаралық аппарат құралдары жабық саясат құрсауында болды. Социалистік идеология өзіндік саясатын жүргізу арқылы қазақ елін ғана емес, қарамағындағы одақтас мемлекеттерді оқшаулау тәсілін қолданды. Социалистік теориялардың көп жағдайда жалған болғандығын, қоғамдық формациялардың болуы, одан халықтардың өтуі тиіс екендігі бүгінгі жаһандық дәуірде әйгіленіп отыр. Мысалы, олардың «феодалистік кезеңнен кейінгі болуға тиісті капитализмнен аттап, бірден социализмге өттік» деген тұжырымы. Сол

капитализм дәуірін кеш болса да көп мемлекеттер осы тұста бастан кешіп отыр. Сол солақай саясат себептерінен де көптеген қоғамдық құбылыстар кешеуілдеуде.

Негізгі бөлім

Сондай қоғамдық құбылыстың бірі – телевизияның енуі. Қазақстандағы алғашқы телестудия тұңғыш хабарын 1958 жылы 8 наурыз күні ресми түрде эфирге шығарып, алғашқы отандық телекамералар мен техникалық телеорталық Алматы қаласында іске қосылған болатын. Сол жылы республикада 1000 теледидар болды, желтоқсан айынан бастап күнделікті 5 сағаттық хабар беріле бастады. Алғашқы жылдары «Қазақстан» арнасына телевизия мамандары

жетіспегендіктен газет және радиожурналистері қызметке шақырылған болатын. Сондықтан да, газет, радио материалдарының айдарлары көп қолданылатын. Көбінесе одақтық телевизия хабарлары пайдаланылып, күніне берілетін 5 сағаттық хабар сеткасы одақ және республика жаңалықтарымен толтырылатын. Осы жылдары одақтық «Алло, мы ищем талантов», «А ну-ка, девушки», «Голубой огонек» сияқты көңіл көтерушілік хабарларына ұқсас «Көгілдір от», «Телевизиялық кафе» сынды хабарлар түсірілді.

Ал дамыған мемлекеттерде мысалы, Американың телевидениесі 1927 жылы Сан-Францискода 7 қыркүйекте ашылған. Оны Фил Тейлор Фарнсуорттың ойлап тапқаны Америка тарихында жазылған. Оған дейін жиырмысыншы жылдары Англиядан Джон Лои Бэйрд пен АҚШ-тан Чарльз Фрэнсис Дженкинстердің нұсқалары жарияланған болатын. Алайда, заманауи телевидениенің түп нұсқасы Фил Тейлордікі деп қабылданған. Бірақ, Ресей алғашқы телевизияның пайда болуын орыс ғалымы Владимир Зворыкиннің есімімен байланыстырады. (Борисов В.П. Владимир Козьмич Зворыкин).

АҚШ телевизиясы пайда болғаннан 37 жылдан кейін біздің елде телевидение ашылып отыр. Біріншіден, 37 жыл айырмашылық өте үлкен мерзім, екіншіден Қазақстанның телевидениесі көп уақыт бойы тоталитарлық жүйенің құрбаны болды. Сол себептен де жоғары деңгейде дами алмады. Алайда, қазіргі тұста жаһандық үлгіге бет бұрып, дамыған елдер үлгісінде хабар тарата алуда. АҚШ-та RCA компаниясы отандық телевидениенің қорына 50 млн. доллар қаржы құйып, дамуына үлес қосты. Ал қазақстандық телевизия Ресей мемлекетінің қарауында және дотациясында болды, күшті цензурада жұмыс істеді. 1939 жылы аталмыш компания Нью-Йоркте өткен халықаралық жәрмеңкеден трансляция жүргізген. Президент Франклин Рузвельттің сөзі берілген, ол телевизиядан сөйлеген тұңғыш басшы болған. 1953 және 1955 жылдар аралығында АҚШ телевизиясы радиоформаттан алыстап, нақты телеформатты қамтыды. Бұл жылдарда телебағдарламалар мейлінше дамып, осы кезең «алтын ғасыр» деп аталды. Алайда, алғашқы хабарлардағы оларда болған техникалық кемшіліктер бізде де қайталанды.

1960 жылдары Алматы студиясының ізбасарлары аймақтарда ашыла бастады. Алдымен Өскеменде, кейіннен Павлодарда, Петропавл мен Целиноградта және Семейде іске қосылды. Осы жылғы 20 сәуірде Қазақ ССР Орталық

Комитетінің «Республикада радиохабарлары мен телевизияны одан әрі дамыту туралы» қабылданған қаулысы елдегі телевизияны жандандыра түсті. Негізгі идеология халықты марксизм, ленинизм идеяларында тәрбиелеу, капиталистік буржуазиямен күресуге тәрбиелеу болды. Яғни, сол тұстағы ақпараттық соғыс құралына айналды. Сондықтан да қоғамдық-саяси хабарлар Бас редакциясы құрылды. Көбінесе совет адамдарының жасампаздығын, ерліктерін мадақтау, бесжылдық жоспарларда орындау жолындағы үгіт-насихат жұмыстарын күшейту, өндіріс басшыларының, жетекшілерінің сөздерін ұйымдастыру арқылы еңбекке жұмылдыру істеріне кең жол ашылды. Осы кездері шетелдермен байланыс бөлімі ашылып, шетел жаңалықтарын көрсету жолға қойылды.

Қазақстан Республикасы телевизия және радиокomiteетінің өндірістік-қаржылық есебінде: «Егер 1958 жылы республика телевизиясының өздері дайындаған өнімдері 1,3 сағат болса, ол 1970 жылы 336 сағатқа дейін өскен» (Производственно-финансовый отчет за 1970 года. Текущий архив Госкомитете по ТВ и РВ КазССР). Яғни, республикалық телевизия қызметі жыл өткен сайын алға басып отырған. «Біздің резервтеріміз», «Ауыл шаруашылық білім мектебі» сияқты алғашқы тележурналдар пайда бола бастады. «Осы жылы Қазақ телевизиясының жұмысын 9 облыста көретін болды, 14 телевизия студиясы жұмыс істеп тұрды. 15 телеорталық, 49 ретранслятор жұмыс істеді. Тәулігіне 138 сағат жұмыс істейтін телевизия 9 млн. халық тұратын аумақты қамтыды. Республикадағы теледидар саны 1.250 мыңға жетті». (Производственно-финансовый отчет за 1971 года. Текущий архив Госкомитете по ТВ и РВ КазССР).

Ал Америкада 1946 жылдың өзінде 6000 болған теледидар саны 1951 жылы 12 миллионға жуықтады. Қандай да бір құрылғы осы ақ-қара теледидардай таралған емес. 1955 жылдары АҚШ-тың отбасыларының тең жартысы теледидармен қамтылған болатын.

Бүкілодақтық телевизия қарамағында болып келген ұйымға дербестік алу мақсатында 1957 жылы 12 маусымда Қазақ КСР Министрлер Кеңесінің Төрағасы Дінмұхамед Қонаев Қазақстан Компартиясы Орталық комитетіне арнайы хат жолдайды. Онда КСРО Министрлер Кеңесінің «КСРО Министрлер Кеңесі жанынан Радио хабарлары мен телевизия жөніндегі мемлекеттік комитетін құру туралы» қаулысына сәйкес Қазақ КСР Министрлер Кеңесі республикада осындай Радио хабарлары мен телевизия жөніндегі мем-

лекеттік комитетті Қазақ КСР Министрлер Кеңесі жанынан құру қажет деп санайтынын жеткізеді. Ол кезде телевизия Қазақ ССР Байланыс Министрлігіне қарайтын да, Қазақ КСРО республикалық қабылдаушы тележүйе дирекциясы деп аталатын (ф.1731.оп.1 дело 1830, л.12). Бұл телевизия мекемесі 1964 жылдан бастап, Қазақ ССР Байланыс Министрлігі радиобайланыс, радиохабар және телехабар дирекциясы болып 1974 жылға дейін аталды. Телеарнаның 13 облыстық және 1 қалалық бөлімшесі болды. Оның хабарларын 2003 жылы Қырғызстан, Өзбекстан, Ресейдің Қазақстанмен шекаралас 12 облысы мен Қытайдың Шыңжаң-Ұйғыр автономдық аудандарының тұрғындары көре бастады (9 ф.1731.оп.1 дело 1830, л.128). 1957-1959 жж. Қазақстанның радио хабарлары мен телевизиясының бірінші басшысы болып Қанапия Мұстафин тағайындалды. Дінмұхамед Қонаевтың өзі Қанапия Мұстафинді төраға қызметіне ұсынғандығы туралы мұрағат дерек көздерінде айтылған (википедия).

1958 ж. алғаш рет көгілдір экран қазақ сахнасында шымылдығын ашып, 8 наурыз күніне орай хабар берілген соң, соңынан «Үкімет мүшесі» атты көркем фильм көрсетілді. Сол кезде Алматыда 4 мың, ал облыстарда 1 мың 700 телевизор болған екен. (ф.1731.оп.1 дело 93, л.224. Документы по итогам социалистической соревнования). Мемлекеттік комитет алдымен Алматы студиясының, Қарағанды мен Өскемен студияларының жұмысына басшылық жасап, ұдайы бақылауды жүзеге асырды. Хабарлардың сапасын бағалап, ескерту жасап отырды. Тұңғыш төрағаның тұсындағы елеулі оқиға Қазақ КСР-інің өнері мен әдебиетінің Мәскеуде өткен онкүндігі болатын. Орталық телевизиядан қазақ өнер шеберлерінің бағдарламалары көрсетілді. Жазушы Жекен Жұмақановтың “Жаңа қоныстанушылар” атты тың игеруге арналған телеқойылымы көрсетілді. Келесі телехабарға Құрманғазы атындағы ұлт-аспаптар оркестрі қатысып, концерт берді. Орталық телевизиядағы бағдарламаның ең көрнекті қойылымы – “Дударай” операсының телевизиялық нұсқасы болды. Оны бүкіл елдің телекөрермендері жақсы қабылдады. Республика басшылығында жүрген Ж. Тәшенов, Д. Қонаев сынды қайраткерлер жас ұжымды табысымен құттықтады. Операны теледидардан көрсету ісінде одан кейін тағы батыл жаңалық болды. 1959 жылы Алматы телестудиясына жылжымалы телеқондырғы берілді. Оның мүмкіндігі арқылы Абай атындағы опера және балет театрында жүріп жатқан спектакль көрсетілді. Ол – Ахмет Жұбанов

пен Латиф Хамидидің “Абай” операсы еді. (ф.1731.оп.1 дело 93, л.224. Документы по итогам социалистической соревнования).

1958 ж. 31 тамызда «Қазақстан» арнасы студиясы хабарларының тұңғыш хабарлар сеткасы туралы «Социалистік Қазақстан» газетінде хабарландыру берілді (Телевидение. // Социалистік Қазақстан -1958.-31 август). «Бүгін күндізгі сағат 1-де балалардың «Балдырған» журналы туралы және ата-аналарға кеңес жайлы хабар беріледі. Балалар үшін концерт. Кино-журналдар. Көркем суретті фильм «Кәмелеттік аттестат. Кешкі 7.30. Ленин аудандық халық соты Мұхамеджановтың сөзі. Одан кейін концерт. Көркем суретті фильм «Оқиға Пеньковта болған еді». Соңғы хабарлар». Бұлай баспасөз бетінде теледидар хабарларын жарнамалау, кейін «Қазақстан эфирде» газетінде лайықты жалғасын тапты. Бұл тұстағы хабарлар тақырыптық, мазмұндық жағынан саяси тақырыптарға басымдық беру арқылы ерекшелінді. Алғашқы телеспектакльдер, телефильмдер өмірге келді. Балаларға, жастарға арналған хабарлар, танымдық бағдарламалар ашылды.

Қазақ телевизиясында 1959 жылы Абай атындағы опера және балет театрынан «Абай» операсы жылжымалы студия арқылы жүргізілген болатын. Ал алғашқы тікелей репортажды Алматы ауыр машина жасау заводынан М. Барманқұлов жүргізді (ҚРОММ ф. О.2. д.165 1489). Одақтық телевизиядағы пішіндер мен жанрлар біртіндеп ұлттық арнадан да орын алды. Бірақ, барлық хабарлар легі цензуралық бақылауда болды. Социалистік еңбек екіпінділерін насихаттау қатары күрт өсіп, «Замандасым – сырласым» сияқты көркем хабарларға жол ашылып, телепортреттер жасала бастады. Академик Ө. Марғұлан, шопан Көккөзов, Социалистік Еңбек Ері, «Жетісу» аяқкиім фабрикасының үздік жұмысшысы З. Күдербековалар қатысқан хабарлар жастарға үлгі, өнегелік хабарлар болды. «Құрдастар» редакциясы дайындаған «Ойлан, тап!» хабары Ж. Нұсқабаевтың авторлығымен эфирге шыққан. Балалардың сүйікті хабарының кейіпкері Жұмбақбай атай образы осы күнге дейін сол тұста өмір сүрген адамдар жадында сақталып қалған. Бұл жылдардағы ұлттық арнаның жетістіктері туралы хабарлардың көркемдік жағын басқарған С. Шәріпов 1967 жылы былай деп жазады: «Бастапқыда өз қолымызбен жасаған телефильмдеріміз, концерттік нөмірлеріміз аз еді. Қазір болса фильмотеканың тізіміне қызықтай қарай аласыз. Бірсыпыра қысқа метражды телевизиялық фильмдеріміз, фильм-концерттеріміз көру-

ші жұртшылықтан жақсы баға алды» (С.Шәріпов – Көпшіліктің көңілінен шықсын // Социалистік Қазақстан – 1967 ж.-7 май).

«Сол кезеңдерде арнайы жабдықталған студиялар жетіспеді, декорация жасаудың мүмкіндігі болмады. Хабарларды монтаждауда қарадүрсін монтаж қолданылды. Яғни, таспаларды кесіп, желіммен бір-біріне жапсыру арқылы жүзеге асырылатын. Интершуларды қолдану да қарапайым тәсілдермен орындалатын. Мысалы, судың сарқырағаны, аттың шабысы сияқты дыбыстар қолмен жасалып, жазылып алынатын. Театрқойылымдары тікелей камера алдында ойналатын. Әншілер микрофон алдында бірден эфирге шығатын». (К. Қабылғазина. Аудиотехника және радиохабарларының технологиясы: оқу құралы. – Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 1999 ж.). Дамыған елдерде, әсіресе, АҚШ-та бұндай қосымша эффекттер арнайы техникалар арқылы жүзеге асырылатын.

Бұл тұстағы хабарлардың безендіру сапасы да төмен болды. Алғашқы жылдары эфирден оқылатын дәрістерге көп орын берілді. Жылжымалы телестанция болмағандықтан, хабарлар тек камерада түсірілген кадрлар бойынша ғана жасалды. Хабардағы кадрдан тыс мәтін мен сюжет нашар үйлесті, фотоматериалдар көп орын алды. Музыкалық қор жетіспеді. Негізгі бөлігі сөз бен фотосуреттерден тұратын бағдарламалар көрермендерді тартпайтын. Хабарлардың монитордан көріну сапасы да нашар болды, жолақтар пайда болып, шамадан тыс қарайып көрінді. Сөздің көп қолданылуы алғашқы хабарларға ортақ кемшілік болды. Хабар кейіпкерлері көбінесе қағаздан оқып беретін. Редакцияның өзі дайындаған репортаждар сирек болды. Кейбір хабарлардың нашарлығы дикторға да байланысты екені байқалатын. Сөйлеу мәдениетінің төмендігі, көрермендермен табиғи қарым-қатынасты орната алмауы хабарлардың сапасына көлеңке түсірді.

1960-1980 жылдардағы жаңалықтар «соңғы хабарлар», «эфирде жаңалықтар», «фактілер, оқиғалар» «апта жаңалықтары» деп атауы сан түрлі өзгеріп берілетін де, соңында спорт жаңалықтары айтылатын. Бұрын жаңалықтар хабары саяси оқиғаларды ғана хабарлап келсе, ендігі жерде елдің қоғамдық-саяси өмірі және күнделікті тұрмыс-тіршілігін баяндап, көрермендер аудиториясы молая бастаған. Ласкер Сейітов, Тыныс Өтебаев, Рәбиға Аманжолова, Гүлмария Барманбекова, Бақытжамал Ермақова, Ләззат Сапақова, Мәриям Айымбетова т.б. сияқты журналист, дикторлардан құралған

шығармашылық топ «Қазақстан» арнасының алғашқы қарлығаштары болатын.

ТАСС ақпарат агенттігінен алынатын ресми жаңалықтар алдымен орыс тілінде түсетін. Орыс тіліндегі жаңалықтардың қазақ тіліндегі нұсқасын кезекші редакторлар қазақ тіліне аударатын. Молдабек Шолпанбаев, Сағидолла Дәулетқалиев, Ержан Уайс сияқты журналистер телеөнім дайындаушы ғана емес, жедел аудармашылықты та меңгерген еді. 1960 жылдарда жаңалықтар ғана емес, хабарлардың көп бөлігі орыс тілінен аударылатын. Ал Америка халқы өздерінің негізгі тілі ағылшын тілінде ғана хабар таратты, Ұлыбритания мемлекетінен сәл ғана диалектілік айырмашылық болғаны болмаса, түбі бір тіл бұл елдердің бақыты деуге болады. Тілдің шұбарлануы, ұмытылуы, тіпті жойылып кету қаупі деген мәселе оларда жоқ. Міне, сондықтан қазақ телетуындыларына осы уақытқа дейін орыс тілінің әсері болып отырғандығы сол тарихи тәуелділіктің әсері.

Қазақ телевизиясындағы аудармалардың өзі қайталауға толы, көркемдік сапасы нашар, сөйлемдердің стилі мен құрылысы қазақ тіліне бейімделмеген болып келетін. «Құрдастар», «Ровесники» қазақ-орыс тілінде, «Шұғыла», «Радуга» бірлестіктері құрылғаннан кейін барып, хабар сапасы жақсара бастады, алайда орыс тілді хабарлардың көшірмесі болып қала берді. «Ойлан, тап!», «Бәрін білгім келеді», «Жұлдызша», «Жауқазын», «Біздің глобус», «Өнер көзі халықта», «Спорт мектебі», «Айтыс – асыл қазына» сияқты хабарлар тоталитарлық жүйе шектеулеріне бой алдырмай, ұлттық өнерді насихаттады.

Қазақстан Коммунистік Орталық Комитетінің «Орта, арнаулы мектептің жұмысын одан әрі жетілдіру туралы» қаулысына сәйкес мектеп оқушыларына арналған телехабарлар көптеп ашылды. Хабарлар бөбектерге, мектеп оқушылары үшін, төменгі сыныптағыларға, жоғары сынып оқушыларына және жасөспірімдерге деп арналып, жеке-жеке дайындала бастады. Бұның өзі алғашқы қазақ форматтық арналарының бастамасы болатын. Хабарды осылай ұйымдастыру тұрақты аудиторияны қалыптастыруға ықпалын тигізді.

«Қайнар» әдеби хабарының кейіпкерлері болған, сол тұста жаңадан танылып келе жатқан Т. Айбергенов, Ж. Нәжімеденов, М. Мақатаев сынды қазақ ақындарының есімдері көрермендерге осы экран арқылы тарай бастады. «Сенің кітап сөреңде» айдары бойынша түсірілген хабарлар арқылы жас ұрпақ Б.І. Алтынсарин,

С. Көбеев, С. Торайғыров, С. Сейфуллин, І. Жансүгіров, Б. Майлин, М. Әуезов, С. Мұқанов, С. Бегалин, Ө. Тұрманжанов, М. Әлімбаев, Б. Соқпақбаев т.б. жазушылардың шығармаларымен жете таныс болды.

Жастар мен балаларға арналған бағдарламалар тек Алматы қаласынан ұйымдастырылатын, географиялық ауқымы әрі тақырып аясы тар еді. Жанр жағы жұтаң болды. Кадрлар тәжірибесінің жеткіліксіз болғандығы, штаттағы қызметкерлердің аздығы, қазақ тіліне шорқақ журналистердің көп болуы, материалдық-техникалық жетіспеушілік, телеорталықтардың баяу іске қосылуы – міне, осы мәселелер алғашқы телехабарлардың сапасыздығына себеп болды. Соған қарамастан, алғашқы телехабарлардың бір артықшылығы – тәрбиелік мәні жоғары болды.

Телестудиялардағы техникалардың пәрменділігі арта бастады. Жылжымалы телестанциялар теледидардың мүмкіндігін еселеп арттырды. Ендігі жерде телетехниканың күн санап жаңа үрдіс алып дамуы маман инженерлермен, техниктермен толығып, шығармашылық топтың алдына жаңа талаптарды қойды. Технологиялық жаңалықтар телетехника саласындағы ұшқыр ойлар мен шығармашылық дамуды алып келді. Бұл дамуға үлес қосқан, қазақ телевизиясының іргесін қалаған Қ. Сағындықов, Х. Абылғазин, Ө. Байжанбаев, С. Нұрғалинов, И. Саввин, В. Просолов, С. Шәріпов, И. Смирнов, В. Немирский, Н. Қожасбаев, Қ. Мусин, М. Барманқұлов, С. Масғұтов сияқты мамандар болды.

Халық шаруашылығын дамытуға қабылданған хабарлардан басқа ғылыми-көпшілік хабарларды беру жолға қойылды. Тылсым дүниені тануға бет алған хабарлар «социализм, коммунизм» тақырыбындағы хабарлардан мезі бола бастаған көрермендерді бір серпілткендей болды. «Күн планетасы», «Айда тіршілік бар ма?» деген сияқты хабарларға қосымша меди-

цина, биология, астрономия, химия т.б. нақты ғылымдар жөнінде танымдық дүниелер көптеп беріле бастады. Қоғамның көптеген жан-жақты салаларын қамтитын бағдарламалар ұйымдастыруға жол ашылды.

Еліміздегі телеарналарда осыдан біраз уақыт бұрын көрсетілетін фильмдердің көбі зорлық-зомбылықты, эротикалық көріністерді қамтығанын жасыра алмаймыз. Газеттердің кейбірінде оқырмандарды көбірек тарту үшін жалаңаш әйелдердің суреттерін жариялау әдетке айналған еді. Мұның бәрін батыстың өнегесі, америкалық демократияның әсері деп ойлайтынымыз ақиқат. Оның мүлдем негізсіз екендігіне Америкаға сапар барысында көз жеткіздік. Салиқалы ақпарат таратуға оларда ерекше көңіл бөлінеді, ал жоғарыда айтылған жайлар сары басылымдардың еншісінде.

Қорытынды

Дыбыс, дауыс, мәтін, қимыл-қозғалыспен бейне арқылы ықпал ету әсері зор ақпарат құралына айналған телевизия қазақстандық мерзімді баспасөз бен радионы белгілі деңгейде дағдарысқа ұшыратты. Олар телевизиямен бәсекелестіктің жаңа жағдайына бейімделіп, ізденістермен жаңаша тәсілмен жұмыс істеуге ұмтылды. Компьютерлік жүйенің жылдамдықпен дамуы жаһандану заманының ақпараттық кеңістігінің жедел дамуына әкеліп отыр. Батыс елдерінің ежелден қалыптасқан бай тәжірибесінің ықпалдалығы әлем журналистикасына әсер етуде.

Қызмет еткеніне 60 жыл болып отырған Қазақ телевизиясының құрылу және қалыптасу кезеңі дамыған елдер телевизиясы тәжірибесімен байи отырып, осындай күрделі жолдардан өтіп, ел тәуелсіздігі тұсында толағай табыстарға жетіп отыр.

Әдебиеттер

- Википедия ://ru.wikipedia.org/wiki/
Борисов В.П. Владимир Козьмич Зворыкин / В. П. Борисов. – М.: Природа. № 7, 1998.
Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. – М., 1996.
Greenfield, Jeff. Television. The first fifty years. New York, 1977.
Документы по итогам социалистической сорековки. ф.1731.оп.1 дело 93, л.224.
Қабылғазина К. Аудиотехника және радиохабарларының технологиясы: оқу құралы. – Алматы, «Қазақ университеті» баспасы, 1999
ҚРОММ ф. О.2. д.165 1489
Телевидение. //Социалистік Қазақстан. – 1958. – 31 август.
Производственно-финансовый отчет за 1970 год. Текущий архив Госкомитета по ТВ и РВ КазССР.
Фонд 1731.оп.1 дело 1830, л.12

Фонд 1731.оп.1 дело 1830, л.128

ф.54о.1, д.№972

ф.54о.1, д.№163

ф.54о.1, д.№373

Шәріпов С. Көпшіліктің көңілінен шықсын // Социалистік Қазақстан. – 1967. – 7 май.

References

Википедия ://ru.wikipedia.org/wiki/ (://ru.wikipedia.org/wiki/)

Borisov V.P. Vladimir Kozmich Zvorykin. — М.: Priroda. № 7, 1998. (Borisov V.P. Vladimir Kozmich Zborykin / Borisov V.P.-М.: Nature.№7,1998,

Goliadkin N.A. Kratki ocherk stanovlenia i razvitia otechestvennogo i zarubejnogo televidenie. Moskva, 1996. (Goliadkin N.A. A short essay on the formation and development of domestic and foreign television, Moscow, 1996.)

Greenfield, Jeff. Television. The first fifty years. New York, 1977.

Документы по итогам socialisticheskoi sorevnovanii. f.1731.оп.1дело 93, л.224. (Documents on the results of socialist competition. Fund.1731. inventory.1 deed 93,leaf 224)

K.Kabylgazina. Audiotekhnika jane radiohabarlarynyn tehnologiasy,1999 j. (Kabylgazina K. Audio and radiotechnology, school-book, Almaty, publishing house al Farabi,1999)

HRMM f. O.2. d.165 1489 (Kazakh republican central state archive. Fund.0.2. inventory.1 deed 165, leaf 1489)

Televidenie.//sotsialistik Hazahstan,1958 j.31 avgust (Television. // Socialist Kazakhstan.-1958.-31)

proizvodstvenny finansovy otchet 1970 goda.Tekuschi arhiv (Produktion financial report for 1970. Current archive of the State Committee for TV and Radio Broadcasting KazSSR.)

f.1731.o.1 delo1830,l.12 (Fund.1731. inventory.1 deed 1830, leaf 12)

f.1731.o.1 delo1830,l.128 (Fund.1731. inventory.1 deed 1830, leaf 128))

f.54о.1 , delo№972((Fund.54 inventory.1 deed 972)

f.54о.1 , delo №163(((Fund.54 inventory.1 deed 163)

f.54о.1 ,delo №373(((Fund.54 inventory.1 deed 373)

Sharipov S.//sotsialistik Hazahstan,1967 j. 7 mai (Sharipov S. Socialist Kazakhstan.-1967 y.)

Велитченко С.Н.

к.ф.н., ассоциированный профессор, Международный университет информационных технологий,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: velit_1988@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Необходимость реформирования экономики Казахстана, взятый правительством страны курс на инновационность в экономическом развитии, потребовали технологического переоснащения системы образования. Это уже не только процессы компьютеризации или информатизации. Современные тенденции глобализации и модернизации оказали влияние на образование всех уровней, начиная с дошкольного и заканчивая высшим. Первоначально цифровую революцию трактовали как смену аналоговых цифровыми устройствами. Но в XXI веке цифровая революция охватывает все больше сфер деятельности, в том числе образование. Следствием цифровизации стала не только замена печатного учебного пособия электронным образовательным квестом, но и перестройка всего образовательного контента.

Цель статьи – изучение вопросов подготовки журналистских кадров для работы в цифровых СМИ. Научная значимость статьи определяется исследованием новых стандартов журналистского образования. Методология исследования предусматривает системный и дисциплинарный подходы, методы анализа, синтеза. Результат исследования заключается в актуализации новой модели журналистского образования и компетенциях специалистов цифровых СМИ. Современное журналистское образование требует новых подходов к образовательным траекториям, в этом состоит научная и практическая ценность настоящей статьи. Кроме того, практическое значение заключается в реальной возможности внедрения результатов исследования в процесс обучения на факультетах журналистики вузов РК.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые СМИ, журналистика, образование.

Velitchenko S.N.

к.ф.н., ассоциированный профессор, Международный университет информационных технологий,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: velit_1988@mail.ru

Transformation of journalistic education in the context of training of personnels for digital medias

Introductory word. Necessity of reformation of economy of Kazakhstan, taken by the government of country course on innovativeness in economic development demanded the technological retooling of the system of education. It already not only processes of computerization or informatization. The modern tendencies of globalization and modernisation affect all levels of the system of education – from kindergarten to institution of higher learning/ Digital revolution that is interpreted as a transition from an analog to the digital devices and technologies of transmission of signals, in the XXI century went out on the new, higher level of introduction, and embraces the all more spheres of activity, including education. Not only replacement of printed train aid electronic educational guest but also alteration of all educational content became invital.

An aim of the article is a study of questions of training of journalistic personnels for work in digital mass-media. Scientific meaningfulness of the article is determined by research of new standards of journalistic education. Research methodology envisages the system and disciplinary approaches, methods of analysis, synthesis. A research result consists in actualization of new model of journalistic education and competenses of specialists of digital mass-media. Modern journalistic education requires the new going near educational trajectories, herein there is a scientific and practical value of the real article. In addition, a practical value consists in the real possibility of introduction of research

results in the process of educating on the faculties of journalism of institutions of higher learning of Kazakhstan.

Key words: digital mass-media, journalism, education.

Велитченко С.Н.

ф.ғ.д., қауымдастырылған профессор, Халықаралық ақпараттық технология университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: velit_1988@mail.ru

Сандық медиа үшін кадрларды дайындау контекстінде журналистік білім берудің өзгеруі

Қазақстанның экономикасын реформалау қажеттілігі, экономикалық дамуда ел үкіметі инновациялылыққа алған бағыты білім беру жүйесінің технологиялық қайта жабдықталуын қажет етті. Бұл дегеніміз тек компьютеризация және ақпараттандыру ғана емес. Жаһандану және жаңғыртудың заманауи тенденциялары білім беру жүйесінің барлық деңгейлерін – балабақшадан ЖОО-ға дейін қозғайды. Тар мағынада сигналдарды берудің аналогтық қондырғылар мен технологиялардан сандыққа ауысу деп түсіндірілетін сандық төңкеріс ХХІ ғасырда енгізудің жаңа, аса жоғары деңгейіне шықты және әрекет етудің көптеген салаларын қамтиды, соның ішінде білім беру саласы. Сандық нәтижесі тек баспа оқу құралдарының электронды білім беру квестіне ауысуы ғана емес, сонымен бірге, толық білім беру контентінің қайта құрылуы болып табылды.

Мақала мақсаты – сандық БАҚ жұмыс істеу үшін журналистік кадрларды дайындау мәселелерін зерттеу. Мақаланың ғылыми маңыздылығы журналистік білім берудің жаңа стандартын зерттеумен анықталады. Зерттеу әдістемесі талдаудың, синтездің әдістерін, жүйелік және тәртіптік амалдарын қамтиды. Зерттеу нәтижесі журналистік білім берудің жаңа моделін және сандық БАҚ мамандарының құзіретін өзекті ету болып табылады. Заманауи журналистік білім беру жүйесі білім беру траекторияларына жаңа амалдарды қажет етуі осы мақаланың ғылыми және тәжірибелік құндылығын құрайды. Бұдан басқа, мақаланың тәжірибелік құндылығы зерттеулер нәтижелерін ҚР ЖОО-ларының журналистика факультеттерінде оқыту процестеріне енгізудің нақты мүмкіндігі болып табылады.

Түйін сөздер: цифровизация, сандық БАҚ, журналистика, білім беру.

Введение

В ХХІ веке процессы трансформации медийной сферы становятся масштабными и необратимыми. Данные преобразования происходят под влиянием информационной революции, призванной сформировать новую парадигму общества, основанного на знаниях общих закономерностей развития и глобальной экономике. Объективно они вызваны внедрением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), формирующих новую информационно-коммуникационную среду, где в единой системе функционируют контент- и сервис-услуги, предназначенные для обслуживания интересов человека. Особенность же информационной революции, активно набирающей темп и пронизывающий все основы человеческой деятельности в том, что она носит глобальный характер, воздействует на устои мировой цивилизации в целом, подвергая пересмотру накопленный на протяжении веков значительный теоретический и практический опыт.

Актуальность нового подхода к подготовке журналистских кадров обусловлена тем, что новые цифровые технологии, прежде всего

цифровые ТВ-системы, формируют и новые дополнительные информационные среды, адаптироваться к которым приходится современным медиаресурсам. Системный анализ процессов, охвативших медийный рынок, представляется чрезвычайно актуальным, прежде всего потому, что субъективно-объектная деятельность средств массовой коммуникации как социального института тесно увязана с социальным развитием и коммуникативной практикой, процессами массовизации и глобализации, но главное – с модернизацией общества, его переходом на новый цивилизационный виток.

Предметом настоящего исследования является процесс цифровизации СМИ и связанные с ним новые компетенции журналистов. **Тезис** данной статьи заключается в том, что сегодня мир стоит на пороге новой волны инноваций, которая может серьезно изменить привычный образовательный ландшафт, следовательно, трансформация модели обучения журналистов в эпоху информационного общества носит не просто предметный, но политико-социальный характер.

Обзор литературы. Среди исследований новых направлений журналистского образова-

ния можно выделить учебные пособия российских авторов «Мультимедийная журналистика» А. Качкаевой [Качкаева А. Г., 2012], «Интернет-журналистика и Интернет-реклама» В. О. Шпаковского [Шпаковский В.О., 2018], «Как новые медиа изменили журналистику» А. Амзина [Амзин А., 2016]. Отдельные вопросы новых форм производства мультимедийного контента рассматриваются в работах Е.Л. Вартановой [Вартанова Е.Л. 2016], С.Л. Уразовой [Уразова С.Л., 2012], М. А. Женченко [Женченко М.А., 2016] и др.

В перечисленных научных трудах рассматриваются преимущественно новейшие технологические приемы трансляции информации, зачастую без осмысления новой реальности, которую формируют и продвигают цифровые СМИ. Вместе с тем важно понимать, что новые средства и технологии изменяют привычные условия нашего существования и образ наших мыслей. Печать, например, формирует абстрактное линейное мышление, в то время как телевидение – конкретное нелинейное [Meurgowitz J. 2008]. В этом отношении интерес представляют исследования зарубежных ученых, в которых контент полностью зависит от медиа [Brooker W. 2001, Herman D. 2004, Perryman N. 2008]. Основной постулат, лежащий в основе этого предположения: «каждый пересказ изменяет историю» [Herman D. 2004]. В современной российской науке журналистика и новости исследованы как с позиции социологии, так и с позиции истории [Виниченко В. М. 2014], жанра [Тертычный А. А. 2012, Луканина М. В. 2011], и т.д. Зарубежных исследователей привлекает вопрос трансмедийного повествования в цифровых СМИ, которое не просто транслирует информацию, но конструирует новую реальность: [Beddows E., 2012, Davidson D., 2012, Evans E., 2011, Gambiaro R. R., 2012, Giovagnoli M., 2014, Green, M., 2014, Bowman S., Willis C. 2013], и др.

Для формирования новой модели обучения журналистов интерес также представляет работа британского медиаисследователя Дайя Туссу «News as entertainment: The rise of global infotainment», в которой он рассмотрел новости с точки зрения индустрии развлечения как продукт, который должен заполнять досуг публики занятием, доставляющим удовольствие [Thussu D., 2016]. В частности, в книге описывается, как новости все больше и больше становятся похожими на компьютерные игры, благодаря адаптации и интеграции мультимедийных нарративов: элементов компьютерных игр, игрового кино,

особенно action, и т.д. Однако он смотрит на проблему лишь со стороны производителей новостей, оставляя аудиторию пассивным потребителем новостного контента. Примером такого нарратива может служить новый проект канала НТВ «Центральное телевидение» с Вадимом Такменевым. Актуальные новости подаются здесь в форме шоу, с использованием компьютерной графики, постановочных сцен, визуальных спецэффектов.

Результаты и обсуждение

Поскольку каждая медиа обладает специфическими, характерными только для нее возможностями, то она вырабатывает уникальные, присущие только ей механизмы, с помощью которых сообщение/история структурируется и формализуется, – набор правил использования «кодов» определения, отбора и представления информации. В этом контексте мы можем говорить о специфических механизмах и правилах, например, цифровых медиа, доминирующих сегодня в глобальном медиaprостранстве [Manovich L. 2008]. На основе этих правил вырабатывается общее направление различных событий и явлений. В свою очередь аудитория приспосабливает логику и знаково-символические системы конкретного медиа для придания смысла своему медиаопыту [David I. 2015]. Можно, например, проследить изменение размера журналистских материалов в процессе развития и модернизации медиатехнологий. Так, появление новых медиа, особенно социальных, ознаменовалось появлением более компактных и интерактивных текстовых форматов. В 2015 г. крупнейшее мировое информационное агентство Associated Press выпустило новые инструкции для сотрудников, в которых в частности указано, что обычная информационная статья должна содержать от 300 до 500 слов; одна-две главные статьи – от 500-700, и лишь в случае действительно экстренных мировых событий допускаются статьи свыше 700 слов, и то «четко написанные и отредактированные» [Erik Wemple, 2015]. Одновременно с укорачиванием текстовых материалов мы можем наблюдать, что многие СМИ начали экспериментировать с интерактивными технологиями. В 2016 г. New York Times запустила мобильное приложение NYT VR, позволяющее зрителям полностью погрузиться в событие, став одним из его участников, CNN, Wall Street Journal, BuzzFeed и др. издания запустили чат-боты (виртуальных собеседников) внутри приложе-

ния Facebook Messenger, и т.д. Данный аспект представляет несомненный интерес для формирования траектории обучения журналистов для цифровых СМИ, т.к. медиа сегодня одновременно выступают и как канал, и как средство (язык). Поэтому приоритетным направлением модернизации журналистского образования сегодня выступает работа с текстами различной направленности, умение адаптировать их для цифровых СМИ.

В основу Государственной программы «Цифровой Казахстан», принятой в 2013 году и получившей новое направление в 2018, положено видение Главы государства: «...необходимо создать новую модель экономического роста, которая обеспечит глобальную конкурентоспособность страны» [Государственная программа «Цифровой Казахстан», 2013]. Приоритетами для инновационного развития экономики являются следующие технологии: Большие данные и углубленная аналитика; Дополненная реальность; Робототехника; Аддитивное производство; Имитационное моделирование; Облачное вычисление и облачное хранение данных; Горизонтальная и вертикальная системная интеграция; Кибербезопасность; Интернет вещей.

Проекты построения электронной образовательной среды совершенствуют методики обучения с использованием электронных (цифровых) материалов как в очной, так и в дистанционной форме. Параллельно идет модернизация образовательных учреждений, обеспечение необходимым оборудованием и доступом в интернет с тем, чтобы обеспечить возможность внедрения новых технологий. Разрабатываемые и внедряемые ИКТ-решения сфокусированы на поддержку более креативных и инновационных методов обучения, а также на более явный возврат инвестиций. Технологии могут обеспечить снижение издержек в системе образования – в частности, на это ориентированы инициативы по созданию электронных учебников, развитию дистанционного обучения, а также использованию открытых данных.

Мир сегодня живет в условиях ускоряющейся инфляции квалификаций, когда актуальные на сегодняшний день компетенции могут оказаться невостребованными уже завтра и даже стать ограничением для дальнейшего социально-экономического развития. Так, Агентством стратегических инициатив совместно с Московской школой управления «СКОЛКОВО» в рамках масштабного исследования «Форсайт Компетенций 2030» составлен «Атлас новых и вымирающих профессий

[Атлас новых и вымирающих профессий, 2015]. В этом атласе одной из профессий, «которые будут востребованы в ближайшее десятилетие», называется «архитектор трансмедийных продуктов».

Цифровая революция связана с быстрым развитием современных ИКТ-технологий: мобильной связи, Интернета и компьютерной техники во всем мире. За последние несколько лет возникли образовательные проекты второго поколения. Появилось множество публикаций о феномене МООС («massive open on-line courses» – массовых открытых онлайн курсов) и ярких примеров из этой сферы – EdX (совместный проект Гарварда, MIT и Беркли), Udacity или Coursera, которая сегодня объединяет более 4,5 млн. студентов со всего мира. Также появился ряд многообещающих проектов в других областях: в управлении учебным процессом, оценке и сертификации результатов обучения, социальных сетях для преподавателей и студентов, исследователей и работодателей и т. д. Массовое распространение образовательных проектов подобного формата эксперты сравнивают с «лавной инноваций». Ее суть состоит в том, что специализированные образовательные стартапы способны более эффективно выполнять отдельные «традиционные» функции школ и университетов – преподавание, оценку результатов, формирование сообществ и прочее. Это должно привести к обострению конкуренции и неизбежному изменению существующих моделей вузов и школ.

Казахстанские университеты предлагают обширные модули курсов по выбору, предоставляя студенту высокую степень автономии в конструировании своего учебного пространства. Интернет-навигация как элемент самообразования и исследовательской практики, выработки навыков работы с информацией, активное применение интерактивных виртуальных форм взаимодействия находит свое применение в обучении журналистов. С внедрением цифровых технологий университеты должны переходить от практик кейс-метода, который сегодня используется в процессе обучения, к воссозданию спроектированной образовательно-производственной реальности. Так, Государственной программой развития образования и науки предусмотрено обновление образовательных программ с участием работодателей и вузов-партнеров.

Автором статьи был проведен экспертный опрос среди работодателей на предмет их мнения по поводу компетенций современных журналистов и качества их подготовки в про-

фильных вузах, а также среди студентов факультетов журналистики. От общего числа экспертов 35% являются представителями СМИ, 65% – представителями студенческой молодежи. Вопрос «Как вы оцениваете качество подготовки современных журналистов?» эксперты СМИ оценили средне (42 %), студенты как удовлетворительное – 58 %. Необходимость формирования модернизированной модели обучения журналистов и внедрения в фундаментальный образовательный процесс большая часть экспертов оценила высоко, отметив, что к факторам, определяющим развитие цифровых медиа, относятся также повышение уровня общественного сознания и активное внедрение информационных технологий.

Среди необходимых умений и навыков молодых журналистов работодатели отметили следующие: «знание информационных потребностей аудитории» – 100%, «умение проверять факты («фактчекинг») – 100%, «умение собирать информацию с помощью сетевых сообществ» – 87%, «умение создавать контент для Интернета и навыки работы с медиатекстами» – 85%, «уметь работать в различных системах управления (Joomla, Wordpress, Drupal), JavaScript и др» – 62%, «владеть навыками ведения прямых текстовых и видеотрансляций» – 90%. Студенты в свою очередь отметили актуальность знаний по таким направлениям, как «владение основами дизайна» – 100%, «владение навыками SMM-маркетинга» – 94%, «владение интерактивной графикой, интерактивной хронологией» – 88%. Примечательно, что панорамную и 360-градусную съемку как важный навык работы цифрового журналиста отметили лишь 34% работодателей и 20% студентов. Видимо, дал себя знать стандартный подход к специализации журналиста. «Понимание важности сетевого сообщества для медиакомпаний», «умение работать с базами открытых данных» – эти компетенции цифрового журналиста отметили 100 процентов работодателей и студентов.

С другой стороны, работодатель сегодня не готов предоставлять офис редакции или телеканала для отработки необходимых навыков студента. Прохождение практики – до сих пор «больной вопрос» студентов и ППС. Представляется актуальным предложить принцип соглашений между редакциями СМИ и профильными факультетами, в которых будут обозначены принципы сотрудничества на весь период обучения студента. Такие соглашения с работодателями уже практикуются в Международном университете информационных технологий. Приоритет имеют редакции,

работающие в конвергентном формате: «Информбюро», медиахолдинги «РБК Центральная Азия», «Tengrinews. kz», «365. info», порталы bnews.kz, Atameken Business Channel.kz. С другой стороны, университет не должен отдавать на откуп формирование профессиональных навыков конкретной редакции, где главенствуют оперативные интересы. Университет должен формировать базовые компетенции в профессиональной сфере. Кроме того, траектория обучения журналистов для работы в цифровых медиа предполагает не только владение техническими средствами, но и обширный блок социогуманитарных дисциплин, формирующих мировоззрение молодого человека, его гражданскую позицию. Необходимо отметить также знание студентами основ кибербезопасности и соблюдения этических и моральных норм деятельности, так как в эпоху «цифры» на СМИ возлагается огромная ответственность. Модернизация – это не только технологическое обновление, модернизация – это создание новых практик в условиях технической модернизации. Новые журналистские практики сегодня интегрируют не только стремление к мультимедийности, но и стремление к знаниям.

Заключение

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют утверждать, что сегодня назрела необходимость в формировании новой траектории обучения журналистов с точки зрения приоритетного развития цифровых СМИ и трансляции информации. Использование новых технологий может обеспечить снижение издержек в системе образования – в частности, на это ориентированы инициативы по созданию электронных учебников, развитию дистанционного обучения, а также использованию открытых данных. Для системного внедрения новшеств в образовательный процесс необходимы инициативные менеджеры, профессиональные IT-специалисты, надежная инфраструктура и выстроенные коммуникации с работодателями. Необходимость повышения эффективности ресурсного потенциала ставит перед казахстанскими университетами задачу: стать центрами генерации новых знаний и инноваций, обеспечить квалифицированными кадровыми ресурсами приоритетные сектора экономики, воспитать новую духовно-интеллектуальную элиту, способную вывести нашу страну на качественно новый уровень развития. И значение модернизации журналистского образования в цифровую эпоху трудно переоценить.

Литературы

- Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. – М.: изд-во Гуманитарного университета, 2016.
- Атлас новых и вымирающих профессий. – М., 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edu2035.org/pdf/GEFAtlas-ru.pdf>
- Beddows E. et al. Consuming Transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes //Australia: Swinburne University of Technology. — 2012 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.emmabeddows.com/wp-content/uploads/2013/03>
- Bowman S., Willis C. We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information – Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute, 2013 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>
- Brooker W. Living on Dawson's Creek: Teen Viewers //Cultural Convergence and Televi. – 2001
- Варпанова Е.Л.: Новые медиа как фактор модернизации СМИ// [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>
- Виниченко В. М. «Новости» и «публицистика» как ключевые понятия в истории журналистики. – М., 2014. – С. 193 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2014.pdf#page=193>
- Государственная программа «Цифровой Казахстан»// [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mic.gov.kz/ru/pages/gosudarstvennaya-programma-cifrovoy-kazahstan>
- David I. Altheide. Media logic. (2015) in The international The International Encyclopedia of Political Communication, 3 Volume Set. John Wiley and Sons. Volume 1.
- Davidson D. Cross-media communications: An introduction to the art of creating integrated media experiences. – Etc press, 2010 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://press.etc.cmu.edu/files/CrossMediaCommunications>
- Dudacek O. Transmedia storytelling in education //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – С. 694-696.[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10979/023382.pdf?sequence=1>
- Erik Wemple. Associated Press polices story length/ The Washington Post. May 12, 2014/ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/wp/2014/05/12/associated-press-polices-story-length/?utm_term=.1922a524ee18
- Evans E. Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life. – Routledge, 2011. – 220 с.
- Женченко М. А. Эволюция терминов «мультимедиа», «кросс-медиа», «трансмедиа» в развитии цифрового сторителлинга //Studia Medioznawcze. – 2016// [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-36fecaaf-7f6f-4618-9b17-575744ee654e>
- Gambarato R. R. Signs, systems and complexity of transmedia storytelling //Estudos em Comunicação. – 2012. №. 12. – С. 69-83. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-4.pdf>
- Giovagnoli M. Transmedia storytelling: Imagery, shapes and techniques. – Etc Press, 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://beta.upc.edu.pe/matematica/portafolios/nmynt/book-by-max-giovagnoli-transmedia-storytelling-imagery-shapes-and-techniques.pdf>
- Green, M. Narrative Structure in New Media. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sweb.cityu.edu.hk/sm2215/Narrative%20structure.ppt>
- Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция //Политическая лингвистика. – 2006. – №. 20. – С. 65
- Manovich L. The Language of New Media. The MIT Press, 2002. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dss-edit.com/plu>
- Meyrowitz J. Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence //Journal of Communication. – 2008. – Т. 58. – №. 4. – С. 641-663
- Perryman N. Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study inTransmedia Storytelling' //Convergence. – 2008. – Т. 14. – №. 1. – С. 21-39
- Rimmon-Kenan S. How the model neglects the medium: Linguistics, language, and the crisis of narratology //The Journal of narrative technique. – 1989. – Т. 19. – №. 1. – С. 160.
- Thussu D. K. News as entertainment: The rise of global infotainment. – Sage, 2008.
- Уразова С. Л. Конвергентно-интеграционные аспекты эволюции СМИ в век информации – М.: Вестник ВГИК, 2012. – С. 82
- Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама. – М., 2018.

References

- Amzin A. Kak novye media izmenili zhurnalistiku. – M., izd-vo Gumanitarnogo universiteta, 2016 [As new medias changed journalism] Publishing house of humanitarian university, 2016
- Atlas novyh i vymirayushchih professij [Atlas of new and dying out professions] [Electronic resource] it is access Mode: <http://edu2035.org/pdf/GEFAtlas-ru.pdf>
- Beddows E. et al. Consuming Transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes //Australia: Swinburne University of Technology. – 2012 [Electronic resource] it is access Mode: <http://www.emmabeddows.com/wp-content/uploads/2013/03>
- Bowman S., Willis C. We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information – Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute, 2013 [Electronic resource] it is access Mode: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>

- Brooker W. Living on Dawson's Creek: Teen Viewers //Cultural Convergence and Televi. – 2001
- Vartanova E.L.: Novye media kak faktor modernizacii SMI// [Elektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: [New medias as factor of modernisation of mass-media] [Electronic resource] it is access Mode: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>
- Vinichenko V. M. «Novosti» i «publicistika» kak klyuchevye ponyatiya v istorii zhurnalistiki //Nauchnye redaktery. – 2014 [News” and “publicism” as key concepts are in history of journalism] [Electronic resource] it is access Mode: <http://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2014.pdf#page=193>
- Gosudarstvennaya programma «Cifrovoy Kazakhstan»// Government program Digital Kazakhstan [Electronic resource] it is access Mode: <http://mic.gov.kz/ru/pages/gosudarstvennaya-programma-cifrovoy-kazakhstan>
- David I. Altheide. Media logic. (2015) in The international The International Encyclopedia of Political Communication, 3 Volume Set. John Wiley and Sons. Volume 1.
- Davidson D. Cross-media communications: An introduction to the art of creating integrated media experiences. – Etc press, 2010 [Electronic resource] it is access Mode: <http://press.etc.cmu.edu/files/CrossMediaCommunications>
- Dudacek O. Transmedia storytelling in education //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015, P 694-696 [Electronic resource] it is access Mode: <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10979/023382.pdf?sequence=1>
- Erik Wemple. Associated Press polices story length/ The Washington Post. May 12, 2014[Electronic resource] it is access Mode: https://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/wp/2014/05/12/associated-press-polices-story-length/?utm_term=.1922a524ee18
- Evans E. Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life. – Routledge, 2011
- Gambarato R. R. Signs, systems and complexity of transmedia storytelling //Estudos em Comunicação. – 2012, no 12, pp. 69-83 [Electronic resource] it is access Mode: <http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-4.pdf>
- Giovagnoli M. Transmedia storytelling: Imagery, shapes and techniques. – Etc Press, 2011. [Electronic resource] it is access Mode: <http://beta.upc.edu.pe/matematica/portafolios/nmynt/book-by-max-giovagnoli-transmedia-storytelling-imagery-shapes-and-techniques.pdf>
- Green, M. Narrative Structure in New Media. [Electronic resource] it is access Mode: <http://sweb.cityu.edu.hk/sm2215/Narrative%20structure.ppt>
- Lukanina M. V. Tekst sredstv massovoj informacii i konvergenciya //Politicheskaya lingvistika [Ext of mass medias and convergence] //are Political linguistics, 2006, no 20, p.65
- Manovich L. The Language of New Media. The MIT Press, 2002. [Electronic resource] it is access Mode: <http://dss-edit.com/plu>
- Meyrowitz J. Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence //Journal of Communication, 2008, vol. 58, no 4, pp. 641-663
- Perryman N. Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study in Transmedia Storytelling' //Convergence, 2008, vol. 14, no 1, pp. 21-39
- Rimmon-Kenan S. How the model neglects the medium: Linguistics, language, and the crisis of narratology //The Journal of narrative technique. – 1989, vol. 19, no 1, p. 160
- Thussu D. K. News as entertainment: The rise of global infotainment. – Sage, 2008
- Urazova S. L. Konvergentno-integracionnye aspekty ehvolucii SMI v vek informacii – M., Vestnik VGIK. 2010 [Convergence-integration aspects of evolution of mass- media in the century of information] – Announcer State institute of the cinema, 2012, p.82
- Shpakovskij V.O. Internet – zhurnalistika i Internet- reklama. [The internet – journalism and internet is an advertisement]– M.: 2018
- Zhenchenko M. EHvoluciya terminov «mul'timedia», «kross-media», «transmedia» v razvitii cifrovogo storitellinga //Studia Medioznawcze. – 2016 [Evolution of terms of “multimedia”, “cross-media”, “transmedia” in development of digital storytelling] [Electronic resource] it is access Mode: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-36feaaaf-7f6f-4618-9b17-575744ee654e>

5-бөлім
ЖАС ҒАЛЫМДАР МІНБЕРІ

Раздел 5
ТРИБУНА ДЛЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Section 5
TRIBUNE FOR YOUNG SCIENTISTS

Мектептегі А.¹, Қуанышова Л.Қ.²

¹филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: amankos_54@mail.ru

²магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
e-mail: kuanyshova.laura@mail.ru

ТЕЛЬЖАН ШОНАНҰЛЫ – ҰЛТ ЖАНАШЫРЫ, ӘМБЕБАП ҒАЛЫМ

Мақалада 1894 жылы дүниеге келген әмбебап ғалым Тельжан Шонанұлының өмірі мен тағылымды өмірбаяны сөз болады. Халық жанашырының қазақ әдебиетіне және руханиятына қосқан үлесіне баға беріледі. Ғалымның Алаш арыстарымен достығы мен арақатынасы ашылып, сабақтастыра, салаластыра түсіндіріледі. Сонымен қатар, ғалым, ағартушы, педагогтың жылдар бойы жазған еңбектері қарастырылып, оның өмірінен маңызды мәліметтер беріледі. Оның әр жылда жазған еңбектеріне талдау жасалады. Сондай-ақ, оның еңбектерінің қоғам арасындағы рөлі мен маңыздылығы талқыланады. Әрі педагогтың басқа да қайраткерлік қасиеттеріне жан-жақты сипаттама беріледі. Әр жылы халыққа сіңірген еңбегі мен адамгершілік парасат-парқына да үңілеміз. Қайраткердің қысқа да мәнді ғұмырындағы барлық сабақ болатын, үлгі ретінде айқындалған қасиеттері де таразыланады. Ғалым қалыптастырған оқу үрдісінің маңыздылығы жан-жақты сөз болады. Осы орайда, педагогтың жазған оқулықтарының бұқараға қажеттілігі де сараланады. Әрі ересектер үшін қалыптастырған әдебиеттерінің халыққа тигізген пайдасы да суреттеледі. Негізі ғалымның жалпы болмысы мен ғылымның арасындағы айырмашылықты табу қиын. Сондықтан, ғұламаның тағлымды тағдыры мен шығармашылығы толық зерделенеді. Әрі қаламгердің қайраткері ретіндегі болмысына сипаттама жасалады. Әрі ғалымның жиырма жылдық еңбектерін қайта зерттеу, қатарға қосу туралы сөз болады.

Түйін сөздер: ғалым, ұлттық руханият, педагог, қоғам қайраткері, Алаш.

Mektepteqi A.¹, Quanyshova L.Q.²

¹Candidate of Philology, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: amankos_54@mail.ru

²Magistrant, al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: kuanyshova.laura@mail.ru

Telzhan Shonanuly – the defender of nation, the universal scientist

In article there is a speech about creative life of the scientist Telzhan Shonanovich who was born in 1894. The scientist's contribution to the Kazakh literature and spirituality of the people is estimated. Comparing and analyzing materials, friendship and the scientist's relation with representatives Alash speaks. Besides, the scientist, the educator, festival invitation of the teacher in years wrote, to life volume works important data. Wrote it every year the analysis of works is carried out. And also a role, in that as a result between society and the importance. 12. And festival of others invitation of the teacher activity of properties of comprehensive is given the characteristic. Every year merits to the population and morality and Parasat of a par yn fixed. Value all all life a lesson, standard, defined in quality and on short and properties of a tarazylandada. The scientist formation importance comprehensive the speech will be educational process. At the same time, wrote for festival invitation of the teacher is qualified services and to Kazakh. For adults and the literatures which rendered to the population and formation profit will finish. Fundamentals of science it is difficult to find a difference between life and the general scientist. Therefore, titan and fate of creativity lesson completely hybrid. And as heads the figure will be the description to a vetvepolzovatel. Repeated research and twenty years Works of the scientist, rehabilitation are told to the island.

Key words: scientist, national spirituality, teacher, public figure, Alash.

Мектептегі А.¹, Қуанышова Л.Қ.²

¹кандидат филологических наук, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: amankos_54@mail.ru

²Магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы e-mail: kuanyshova.laura@mail.ru

Тельжан Шонанович – опора наций, универсальный ученый

Статья посвящена научной и творческой деятельности ученого Тельжана Шонановича, который родился в далеком 1894 году. Оценивается его вклад в казахскую литературу и духовность народа. Изучаются материалы, посредством которых объясняется дружба и отношения ученого с представителями Алаш. Кроме того, рассматриваются научные работы Т. Шонановича, дается важная информация о его жизни. Авторы исследования проводят анализ трудов, написанных при жизни автора. А также обсуждается роль и важность его научного наследия для общества. Особо отмечают авторы работы человеческие качества ученого, мыслителя, философа. За свою короткую, но наполненную смыслом и созидательным трудом жизнь Тельжан Шонанович успел очень много. Был автором учебников и пособий, предложил экспериментальный метод обучения, разрабатывал идеи Алаш. Авторы планируют продолжить свои изыскания, восстановить неопубликованные труды уникального ученого.

Ключевые слова: ученый, народная духовность, педагог, общественный деятель, Алаш.

Кіріспе

Азаттықтың ақ таңы ату себебі – қазақ қоғамын қалыптастырған арғы аталарымыздың ерен еңбегінің жемісі. Көк тудың көкте желбіреуі Алаш қайраткерлерінің қазақ үшін тынбай тындырған тынымсыз жұмыстарының арқасы деу бүгінгі ұрпақтың міндеті. Расымен, арайлап атқан таңның, қазақ болып оянған әрбір күніміздің өзі Алаш арыстарының тырысқандығынан деп білу бүгінгінің жастарына парыз. Еліміздің тұғыры биік, аспаны ашық, тәуелсіз болуына күш-жігер жұмсаған азаматтардың есімі бүгінде тарих толқынында өшпес ізін қалдырды. Олар қазақ жастарын патриоттық сезім мен шыншылдыққа жетеледі. Осыдан бір ғасыр бұрынғы дәуірдің тыныс-тіршілігіне зер салсақ, Алаш арыстарының арасында елге танымал болып үлгермеген, еңбегі білінсе де айқын көрінбейтін азаматтар жетерлік. Оларды зерттеп, болашақ ұрпаққа таныстыру парыз. Сондай әмбебап ғалымдардың бірі – Тельжан Шонанұлы. Ұлы қайраткер өзге асылдардай қалың қазақтың қамын жеп, күйін күйттеді. Халқына адал қызмет етті. Есіл ер 1894 жылы Ырғыз уезі, Аманкөл болысында қазіргі Ақтөбе облысы, Құлымбетов ауылында дүниесі ашқан. Көрнекті қайраткер тіл білімін ұйымдастырушы, ғалым. Жоғары білімді ол орыс, қырғыз, қазақ тілдерін еркін меңгерген. Тельжан Шонанұлы жастарды білім мен ғылымға үндеген бірегей азаматтардың бірі. Олардың қолына қалам ұстатып, өмірдің ғибадатын үйренген ұлы ұстаздардың қатарынан көрінді. Өзі жоғары білім алған соң, тәлімгер Тоқырауын болысындағы ауылдарды аралап,

жастарға білім береді. Хат танымайтындардың сауатын ашып, сауабы мол істің қожайынына айналады. Халық арасында ол туралы тек мақтау сөздер өріп жүретін. Бұл, дәйекті дереккөздерден табылған риясыз шындық. (Биографический сборник, 2007). Жарқын тұлғаның есімі құлаққа таныс болғанымен, оның Алаш қайраткеріне қалай айналғанынан көп адам бейхабар. Жалынды жас өрендерді жақсылыққа шақырып, тағылымды тәрбиелеп жүрген Тельжан Шонанұлының ұйымдастырушылық қабілеті мен біліктілігі дүйім жұрт арасында тез таралады. Осылайша, ол 1917 жылы І Жалпықазақ съезіне шақырылады. (Есқалиев С., 2014). Зиялы қауым бас қосқан бұл алқалы жиыннан кейін қажырлы қайраткер Алашорданың білім комиссиясының комиссия мүшесі болып тағайындалады. Түрлі ірі жиындарда сөз сөйлеп, таныла бастайды. Халықтың жағдайын ойлаған ұл бұнымен тоқтап қалмайды. Түрлі құзырлы қызметтер атқарып, кейіннен қайраткер әскери білім алу мақсатында қайта оқуға түседі.

Білімпаз ғалым қазақ өлкесін зерттеу қоғамдық жұмысына етене араласқан. Қазақ мемлекеттік педагогика институтын экстерн жүйесімен тәмамдап, сол жерде сабақ береді. Бүгінде 18 000-ға жуық қазақ жастары білім алып жатқан қара шаңырақ Қазақ мемлекеттік университетінде де 1934 жылы доцент болып жұмыс істейді. Жігітке жеті өнер де аз демекші, ағартушылықпен айналыса жүріп өзінің көркем туындыларын да шығарумен айналысады. Мәселен, «Сауаттан», «Жаңалық», «Тіл дамыту», «Оқу құралы», «Қазақ тілі», «Жаңа арна», «Бастауыш мектептердегі қазақ тілінің әдістеме-

сі», «Шала сауатты ересектер үшін оқу құралы», «Орыстар үшін қазақша әліппе» сияқты еңбектері қалың жұртты сауаттылықпен сусындатты (С. Смағұлова, 1998). Қайраткердің әубастан-ақ, асыл армандарының бірі қараңғылықтың көлеңкесінде жатқан халықты білім нәрімен нұрландыру еді. Одан өзге ол сол кездегі өзекті мәселелерді қозғаудың жалықпайтын жаршысы болды. Әдебиет мәселесін зерделеушілердің алдыңғы қатарындағы адам Тельжан Шонанұлы. Ол «Абай кітабын бастыру керек», «Сәкеннің тілі туралы», «Бейімбет» сыңайлы келелі мақалаларында зиялылардың руханиятының өзекті қырларының сырын шерте отырып, қазақты бірлікке жетеледі. Жеке ұлт ретіндегі мәртебемізді жоғалтпауға, білім мен ғылымға деген құштарлықты арттыруға, тілдің тазалығын сақтауға ұрандады. Алаш қайраткері емле, әліппи, терминология туралы еңбектері одақ көлемінде танылып, түріктанушылар тарапынан лайық бағасын алған болатын. Қоғам белсендісі, халық жанашыры ұйғыр тілін де жетік меңгерген. Себебі, ол Д. Снегинмен бірігіп «Уйгурская поэзия» жинағын ұйғыр тілінен орыс тіліне тәржімалады. Тельжан Шонанұлы 1923-1937 жылдар аралығында, небәрі 14 жылда 72 мақала, 32 оқулықты келер ұрпаққа мирас етті (Сердалина С., 2016).

Өкінішке орай, жан-жақты білімпаз, энциклопедист, публицист ғалым 1937 жылы 19 шілдеде тұтқындалады да, КСРО Жоғарғы Соты әскери коллегиясы «үштігінің» үкімімен ату жазасына кесіледі. Артынша қайраткердің отбасы ойрандалып, аяулы жары Шаһзода Аронқызы да қуғын-сүргіннің құрбанына айналады. Ол да өзге арыстар сияқты өлім құшып кете барды. Алайда айылын жимай, қазақ үшін шыңғырып шындықты айтатын әділдігімен де ерекшеленген дара тұлға еді. Басқа тағдырластары сияқты қайта ақталу бақыты оған бұйырмады. Кеңес саясатының жылымық тұстарында қатыгездіктің сойқаны қамшыдан да ауыр тиіп, қабырғасын қайыстырды. Одақ тарағанға дейін цензура органдарының шығармаларына тыйым салынған үш қазақтың бірі болып қара тізімде тұрды. Бұған қарағанда есіл азаматты сұраушы, жоқтаушы болмағандай. Оның қадіріне жете алмағандардың да қатары сирек емес екені байқалады (Тілешов Е., Қамзабекұлы Д. 2014). Халықтың әлеуетін көп көрген асыл азамат 1916 жылдан бастап Алаш қайраткері ретінде белсене түсті. Ол осы жылғы қарулы көтеріліске қарсы болған Ә. Бөкейханов, А. Байтұрсынов, М. Дулатов бастаған зиялы қауымға қолдау білдірушілердің бірі еді. Ол Ақпан революциясынан

кейін де Алаштықтан адасқан жоқ. Мұрағатта «мен мұңдалап» тұрған мәліметтерге қарағанда, Тельжан Шонанұлының ғылыми-шығармашылық ғұмырбаяны сол кезде кезектесіп астана мәртебесіне ие болған қалалар Орынборда басталып, Қызылордада жалғасын тауып, Алматыда аяқталған. Ғалымның соңында қалған мұрасын шартты түрде бес тақырыпқа жіктеуге болады:

1. Тіл туралы еңбектері;
2. Тарих жөніндегі зерттеулері;
3. Әдебиет хақындағы ғылыми жұмыстары;
4. География ғылымын меңгертуге арналған оқулықтары;
5. Көсемдік туындылары.

Бұған қоса, Тельжан Шонанұлының шебер аудармашы ретінде орындаған аудармаларын ұмытпаған жөн (Тельжан Шонанұлы, 2011). Дарынды да жанашыр қазақтың біртуар ұлы, ұлағатты тұлға туралы сағаттап сыр шертуге болады. Алаш қайраткерінің үзеңгілес замандасы Ахмет Байтұрсыновтың талай мысалдары мен өлеңдерін орыс аудиториясына таратты. Оларды аудару жолында аянған жоқ. Ол 1928 жылы Ахмет Байтұрсыновтың 50 жылдығына арналған кітап шығару жөнінде көлемді мақаласын жариялады. Бәрін айт та бірін айт демекші, бірегей ғалым, Алаш зиялысы өзгенің қарымтасында кеткен қазақ жерлері үшін жан ұшырып, үндеу салды. Талай еңбектер жазып, алдын-ала туатын қауіп-қатерді болжай білді. Қорыта келе айтарым, қазақ ғылымын қалыптастыру жолында бозторғайдай бостандығын аямай еңбек еткен Алаш қайраткерінің ерен еңбегін атап айтпау мүмкін емес. Өткен ғасырдың 20-30 жылдары Алаш зиялыларын ғалымдардың, тарихшылардың Тельжан Шонанұлының ғылыми аманат мұрасына бейжайлық танытқаны күйіндірді. Оның сауатты мақалаларын, ғылыми еңбектерін, танымдық оқулықтарын, жалпы азаматтық ісін Кеңес үкіметінің бірмойын басшылары қаперіне де алмады. Тіпті, қазақ арасында қазақты отырықшыландырудың мемлекетке де, халыққа да тиімді жолын көрсете алатын адам барын ескермей, ақырында қазақты ашаршылыққа апарып соқтырды. Ал Тельжан Шонанұлын мұны бірінші болып айтқаны үшін ұлтшыл деп айдар тағып, репрессияға іліктірді. 1937 жылғы тоталитарлық жүйе ұйымдастырған саяси террордың құрбаны болған қайраткердің есімі мен шығармашылық мұрасы 60-жылға жуық тарихымыздың «ақтандық беттерінде» жүрді. Тек 1990 жылы 13 тамызда КСРО Президиумының «20-25 жылдардағы саяси репрессия құрбандарының құқықтарын қалпына келтіру туралы» Қаулы не-

гізінде Тельжан Шонанұлы толық ақталды. Бұнымен елін сүйген есіл ердің тарихын зерттеу тоқтап қалмайды. Соңғы уақытта қайраткердің өмірін және шығармашылығын зерттеуге мүмкіндік туды. Әлі де оның тиянақты да тағылымды туындыларын іздестіріп, талай баспа бетінде жаңғыртамыз деп сенеміз.

Негізгі бөлім

Тельжан Шонанұлы патша үкіметінің тепкісін көрген халықтың жәйін көріп, ұғынған ғалым. Балалардың сауатын ашу молданың ырығында тұрған кезенді де көзі көрген. Ғалым кейде патша озбырлығынан жаны қиналып, түршігіп, дүрліккен жұрттың кейпіне де куәгер. Болыс пен приставтан үрейі ұшқан үлкен-кішіні ұшырастырды. Молдадан білім алудың да қорқынышынан сейіле алмаған кезеңдерді де бастан өткерген халықпен достасты. Шынтуайтына келгенде, қарабайыр қазақты құл қылып жұмсап, қағаз бен қаламсапқа жақындатпау озбыр билік иелерінің басты мақсаты болған сәттерде, қысылтаянда да қазағым дейтін ер-азаматтардың бірі – Тельжан Шонанұлы. Мектеп болса да молдадан тәлім алатындардың бар үрейі оқулықтарынан айрылып қалу болды. Бұл заманның куәгері қазақтың мыңғырған мал соңынан ерген жайбасар емес, оқу мен білімге құштар екендігін айта алар еді. Осындай оқиғалардың куәгері болған жас Тельжан Шонанұлының өмірі ғылым, білім, халқым деумен басталды. Ол ағартушы-ғалым ретінде таныла бастаған сәттен халықтың қамын жейтін ер-азамат екенін танытты. Тельжан Шонанұлы тек балаларға ғана емес, ересектердің де білімін жетілдіруді көздеді. Ғылым саласында тереңінен еңбегін сіңіре жүріп, күллі қазақтың қамын ойлады. Дегенмен, алаш партиясының құрамына кіргеннен бастап ғалымның өмірі күрт өзгергені айқын. Жас кезінен бастап педагогтің өміріне зер салсақ, ол оқу-білімге құштарлығы ерте есейтіп, қоғамдық ортадағы құбылысты ой елегінен өткізген сайын оның рухани тынысы кеңінен ашыла түсті. Тельжан Шонанұлы ұлттық ақыл-ойымыздың сапалық дамуына үлес қосқан санаткерлердің бір төбесі, бірегейі. Себебі, ол оқулықтарды жазумен ғана шектелмей, тілдік ерекшеліктердің жойылуына грамматикалық тұрғыда әсер етті. XX ғасырдың басындағы тарихи өзгерістер тұсында қазақ халқының мәдени дамуына бойындағы бар күш-жігерін салған, сан алуан тақырыпта қалам тербеген асыл азамат түрлі сұрапыл сойқанға ілікті. Қанды қанжалдарға іліксе де, халқын бойтұмар етті. Ол бар-жоғы 43

жас қана жарық дүниемен дидарласты. Аз уақыт жер басып жүрсе де, шығармашылықтың биік шыңына шығып үлгерген азаматтың артынан құнды қазынасы қалды. Ол күллі қазаққа өшпес аманат. Әсіресе сол дәуір үшін өте зәру ғылыми-танымдық әдебиеттер мен оқулықтар, оқыту бағдарламасы мен әдістемелік құралдар, тіл үйреткіш пен сауат ашқыштар, тіл білімі мен әдебиеттануға, аймақтану мен саяси экономияға, аударма қисыны мен тәжірибесіне, ұлт мектебінің қалыптасуы мен тәрбиесіне, этнография мен қазақ жерінің отарлану тарихына арналған іргелі монографиялық зерттеулерін атап айтуға болады. Егер Телжанның тасқа басылған бұл еңбектерін заманындағы ұлттық баспа өнімінің сандық өсім көрсеткіші деңгейімен салыстырар болсақ, оның рухани мәдениетіміздің дамуы мен өріс жаюына қаншалықты үлес қосқанын айқындау қиынға соқпайды. Қазақ зиялыларының өлшенбес еңбегін жариялауда 1922 жылы ашылған “Қазағыстан мемлекет баспасы” ұйымы алдыңғы қатарда болды. Бұл күнде “Қазағыстан” баспа жұмысы жұмысын бастады. Тельжан Шонанұлының 10 жыл көлемінде атқарған ерен еңбегінің тізімін төмендегі кестеден көруге болады:

1921	3 кітап	7 500 дана
1922	52 кітап	18 400 дана
1923	49 кітап	15 045 дана
1924	62 кітап	183 000 дана
1925	46 кітап	408 000 дана
1926	56 кітап	434 590 дана
1927	49 кітап	420 400 дана
1928	127 кітап	500 дана
1929	179 кітап	730 дана
1930		550 000 үлкендер әліппесі

1921 жылы Тельжан Шонанұлының 3 қана кітап басылып, оның барлық саны 7 500 болса, 1930 жылы бір әліппенің өзі 300 000 кітап басылды. Екі жылдық оқу құралы ғана 150 000 басылып отыр. 1931 жылы тек үлкендер әліппесі ғана 600 000 басылғалы отыр. Сөйтіп, сан жағынан мұнан он жыл бұрынғы баспа жұмысымызды бұл күнгімен салыстыруға да келмейді. Екеуінің айырмашылығы зор. (Тельжан Шонанұлы, 2013) Бұл Тельжан Шонанұлының 10 жылдың ішінде жеткен жетістігі. Бұл рухани байлықты

педагогтің ғана байлығы емес, ұлттық құндылық ретінде құнттауға болады. Оқулықтардың көбеюі баспа жұмысының марқайып, мәдениетіміздің өскенінен де хабар береді деген автордың өзі. (*Т. Шонанұлы туралы, 2015*). Егер бұл қатарға ағартушы ғалымның баспадан жарық көрген төл еңбектерін қосатын болсақ, оның ұлттық рухани мәдениетіміздегі алар орны айрықша болары анық. Сондай-ақ, ол мерзімді баспасөзде орыс, қазақ тілінде жүздеген көлемді-көлемді ғылыми-теориялық және әдістемелік, қоғамдық өмірдің өте өзекті мәселелеріне үндеу салған Алаш арысы талай жарияланымның авторы. Оның әдеби қорында түрлі мақалалар мен өмірбаяндық очерктер, сын пікірлер мен суреттемелер, аудармалар мен хабар-ошар бар.

Нәтиже

Білгір ғалым, көсемсөз қаламгерінің қарымдылығын бірнеше ауыз сөзге толтырып сипаттау мүмкін емес. Себебі, Тельжан Шонанұлы ұшқыр, қай тақырыпқа жазса да ұстанған бағытынан таймай, толыққанды зерттеп, бірнеше рет көз жеткізіп талдайтын хас шебер. Осы орайда Тельжан Шонанұлы – қазақ журналистикасындағы өз алдына мектеп боларлық тұлға санатындағы дара құбылыс. Ол әр азаматтың қолына қалам ұстату арқылы қазақтың деңгейін көтеруге атсалысты. Өз заманының білімпазы жүрген ортасында сауат ашуға бейім болды. Себебі, әр қазақтың хат танығаны оның кеудесін қуанышқа толтыратын. Шалғай жатқан ауыл-аймаққа өзі жетпесе де өзі жазған дүниелермен жетті. Ел аузынан тастамай аңыз қылған биік тұлғаның кезінде жазған-сызғаны, сөйлеген сөзі, киген киімі, жүрген-тұрғаны, қысқасы, бар болмыс-бітімі үлкен мәдениетті, этикалық-эстетикалық сұлулық әлемін әрбір пенденің жүрек түбіне шым-шымдап сіңіріп тұрды. Саяси тұрғыда Ресей федерациясының субъектісі ретінде танылған Қазақ автономиясының, яғни ресми төл мемлекеттігінің бұғанасы бекіп, қабырғасы қатаюына Тельжан Шонанұлының қайраткерлік қарымы мен ұйымдастырушылық шалымы, ұстаздық ерендігі мен ғалымдық тереңдігі, күрескерлік табандылығы мен публицистік ұшқырлығының қосқан мол үлесі әлі талай еңбекке арқау боларына күмән жоқ. Ағартушы жастайынан аса еңбекқор жан еді. Ел оны қарыштай басқан қадамынан емес, атқарған қыруар шаруаларынан танитын. Еңбекқорлық қасиетін онымен араласқан замандастарының бәрі жақсы білді. Оның өскен ортасы Ырғыз өңірі, Ырғыз қаласы – кезінде қазақтың жақсысы

мен жайсаңының бас қосатын кішігірім рухани кіндігі болған құтты мекен. Ырғыз топырағынан ел-жұртының ыстық ықыласына бөленген сан алуан ірі тұлғалар шықты. Мәселен, Кеңес өкіметі орнаған әзірдегі Қазақстанның көрнекті қоғам және мемлекет қайраткері, ҚКСР Орталық Атқару Комитетінің төрағасы Құлымбетов Ұзақбай Желдірбайұлы, мәдениет қайраткері, ғалым Тел Жаманмұрынұлы, үкімет мүшелері Жүргенов Темірбек, Алманов Бәймен. Соларға өкшелес, қанаттасып ғылыми-ағарту жолын қуған Тельжан Шонанұлы шықты. Жалпы қазақ ғұламаларының қай аймақта дүниеге келгені емес, олардың арттарында қалдырған мәдени мұрасының құндылығында. Негізі, қазақтың бетке ұстар қайраткерінің жаны әрдайым жаңалыққа құмар болды. Ол Ырғыздағы екі кластық орыс-қазақ мектебінен 1908-1912 жылдар аралығында білім алады. Сол аралықта ол орыс тілін жетік меңгеріп те үлгереді. Оған орыстың классик ақын-жазушылары А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, А.П. Чехов, Н.А. Крылов, Л.Н. Толстой, М.Е. Салтыков-Щедрин, В.Г. Белинский, Н.В. Гоголь, Н.Г. Чернышевский, Н.Д. Добролюбов, Д.И. Писарев, т.б. шығармаларын қызыға оқып, танысуына мектептегі ұстаздарының ықпалы зор болды. Орыстың классикалық әдебиетінің үлгілерін оқу Тельжанның қиял қанатының алысқа самғауына әсер етті. Ол енді қолына түскенді оқи беруге әдеттенді. Осы жылдары оның қолына Санк-Петербургтан басылған Абайдың тұңғыш жыр жинағы түседі. Абайдың поэзиясы мен ғибратты қара сөздерін оқу оны ерекше бір сезімге бөлеп, рухани қанаттандырады. Ол тек өзін тәрбиелеуде ғана емес, ұлт тәрбиелеуге үлкен үлес қосты.

Ойтолқы

Бұл ғалымды көптен өзге дара тұлға деп тануымызға негіз бар. Себебі, педагог ғалым ешқашанда жеке басының дара қасиеттерін дамытуды тоқтатқан емес. Әрдайым ізденіске бой алдыруды әдетке айналдырған. Мәселен, ол мектеп жанындағы кітапханадан үнемі орыс, татар және өзге тілдердегі мерзімді баспасөзді бақылаудан жалықпайтын. «Тәржіман», Орынбордан шығатын «Уақыт» газеттері мен «Шора» журналындағы түрік халықтарына ортақ қоғамдық-саяси, әлеуметтік-мәдени мәселелерге ден қоя бақылап отыратын. Бұл ұлтын сүйген жанның іс-әрекеті. Ол татар басылымдарын оқыған сайын білгенін шәкірттерімен бөлісіп отырды.

Ғалымдардың саликалы пайымдауынша, тіл мәдени дамумен халықты сақтаудың маңызды шарттарының бірі болып саналады. Тіл болмаса халық, біріншіден, өзінің ұлттық бейнесін жоғалтуға, екіншіден, мәдени құлдырауға ұшырайды – деп жазды Тельжан. Бұл оның ұстанған принципі ғана емес, бүкіл өмірінің өзегі болатын. Ол жаңа әліпбидің қазақстандық комитетінің мүшесі болды. Ұлтымыздың мәдени құндылығының тұрақты дамуына өлшеусіз үлес қосты. Ол ғылыми-танымдық публицистикаға көбірек ден қойды. Себебі, ол өмір сүрген уақыт талабы рухани үдерісі сондай еді. Дегенмен, тұлға нені жазса да заманға сай өзекті мәселелерді жаңғырта білді.

Ғалым жазған «Сауаттан», «Жаңалық», «Тіл дамыту», «Оқу құралы», «Қазақ тілі», «Жаңа арна», «Бастауыш мектептеріндегі қазақ тілінің әдістемесі», «Шала сауатты ересектер үшін оқу құралы», «Орыстар үшін қазақша әліппе», «Қазақ тілінің оқу құралы», «Учебник казахского языка для взрослых» т.б. еңбектер халқымыздың сауатты болуына, дүниені тануына көп ықпал етті. Оның емле, әліпби, терминология жүйесі бойынша жариялаған жұмыстары сол кезде одақ көлемінде түріктанушылар тарапынан лайықты бағасын алды. Қайраткер әдебиет мәселесін де зерделеп отырды. «Абай кітабын бастыру керек», «А.А. Байтұрсынов», «Сәкеннің тілі туралы», «Бейімбет «От басында» атты мақалаларында руханияттың өзекті қырларын сөз етті. Қайраткердің саяси-тарихи білік дәрежесін көрсететін іргелі еңбегі – 1926 жылы жарық көрген «Қазақ жері мәселесінің тарихы» атты зерттеуі. Педагогтың жазған еңбектеріне ғана қарап оның дара әрі дана тұлға екенін тү-

сінуге болады. Оның әр қолтаңбасы түскен еңбегінде алып жүректің жатқандығын аңғаруға болады. Ағартушыны өзге Алаш арыстарын зерттегендей қыруар шаруалар жасалмағанмен, бертін келе әмбебап ғалымның қыруар қызметі айқындалып отыр. Жарқ еткен қазақ ғылымының жұлдызының кеңінен таныла алмауының да негізгі себебі жарық дүниемен бар-жоғы 43 жыл ғана достасқаны. Ауыз толтырып, мақтануға тұрарлық жәйт, Тельжан Шонанұлы сол шолақ өмірін түгел дерлік шығармашылыққа арнап, ұлтына адал қызмет етті. Оның жазбалары көне руна жазбаларындай аса құнды, бағалы. Ол қазақ ағартушылық саласына ерен еңбегін сіңірді. Сол заманның озық маманы, бүгінгінің жырдастанына айналды.

Қорытынды

Тельжан Шонанұлы әмбебап ғалым, қазақтың дарасы. Бүгінде анықталған мәліметтер бойынша, оның 10 жылдан артық мәдени мұраға қосқан үлесі зор. Өзге ғалымдар мен ағартушылардан ерекшелігі, ол тек мектеп оқушыларының сауатын ғана ашып қоймай, ересектерге арналған оқулықтарды жазып шығарды. Алаш қозғалысының белді мүшесі. Елінің қамын жеген бірегей азаматтардың бірі. Қазақ еліне сіңірген ерен еңбегінің арқасында қуғын-сүргінге іліккен оның өзі ғана емес жары Шаһзада Аронқызы да сұрапыл сүргіннің құрбаны ретінде қуғындалады. Халқын қызғыштай қорып, саяси қырына да ден қойып, құр қалмаған ғалымның тағылымды тағдыры барша қазаққа үлгі. Десек те, әмбебап ағартушының тағдыры мен шығармашылығын тереңдете зерттей түсу әлі қажет.

Әдебиеттер

- Биографический сборник (2007) Казахи в России: – С.279.
 Ескалиев С. (2014) Ұлт намысын биік ұстаған тұлға. – Ана тілі. – 15 б.
 Смағұлова С. (1998) Алаш. Алашорда-энциклопедия: – Алматы: «Арыс» баспасы. – Б. 350-351.
 Сердалина С. (2016) Особая страница нашей истории // Вести Семей. – С.6.
 Тілешов Е., Қамзабекұлы Д. (2014) Алаш қозғалысы энциклопедиялық анықтамалық. – Алматы. – Б. 430-431.
 Тельжан Шонанұлы (2011) – шығармалар, зерттеулер және мақалалар Алматы: Ел-шежіре. – 368 б.
 Шонанұлы Т. (2013) Туралы материалдар. – Алматы: Ел-Шежіре. – 384 б.
 Шонанов Т. (2015) Бес томдық шығармалар жинағы: оқу құралдары, оқулықтар. – Алматы: Мемлекеттік тілді дамыту институты, 288 б.

References

- Biograpicheskiy sbornik- (2007) [Kazakhi v Rossyi]s – 279
- Eskaliyev S. – (2014) – [Ult namysyn byik ustagan tulga] – Ana tili] – 15 b.
- S.Smagulova-(1998) [Alash.Alash-orda-ensiclopedia] – Almaty: “Arys” baspasy b- 350,351
- Serdalina S. (2016) – [Osobaya stranica nashei istori Novosti Semei]- s-6.
- Tileshov E., Kamzabekuly D. (2014) [Alash kozgalysy ensiclopedialyk anuktamalyk] – Almaty: 430-4310b.
- Telzhan Shonanuly (2011) – [shugarmalar, zertteuler zhane makalalar] Almaty: El-shezire – 368b.
- Shonanuly T.Turaly materialdar – (2013) – Almaty: El-shezire – 384 b.
- Shonanov T. (2015) [Bes tomdyk shugarmalar zhinagy: oku kuraldary, okulyktar] – Almaty: Memlekettik tildy damuty instituty – 288 b.

Каримова Б.Ж.¹, Мухатова А.Д.²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Sultan-3@mail.ru

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., e-mail: aigulmukh@mail.ru

ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ПРОБЛЕМАЛАРДЫ ЖАЗУДАҒЫ КЕМШІЛІКТЕР

Бұл ғылыми мақала Қазақстандағы экологиялық проблемалар және олардың өзіндік ерекшеліктеріне, БАҚ арқылы экологиялық және табиғи ресурстарды тиімді пайдаланудың жолдарын жариялауға арналған. Қазіргі кезде көптеген ғалымдар экологиялық мәдениетті қалыптастырудың және экологиялық мәдениетті насихаттаудың алғы шарттарын зерттеуде. Еліміздегі экологияны бақылау мен мониторинг жасау мекемелерінің жұмыстарын жандандыру, зерттеу нәтижелерін халыққа ашық, әрі шынайы жеткізу өте әлсіз. Табиғатты қорғау саласындағы өзекті мәселелермен танысқан сайын қоршаған ортаны бүгіннен ойламасақ, ертең кеш болатыны анық. Осы орайда қазіргі заманға сай экологиялық идеология қажет. Егер біз, жас ұрпақты кішкентай кезінен бастап табиғатты сүйуге тәрбиелемесек, көп нәрседен ұтылатынымыз хақ. Әрбір адам экология негіздерін жақсы білуі қажет. Сонда ғана адамның миында, қанында, көзқарасында қоршаған ортаны бүлдірмеу керектігі туралы негіз қалыптасады. Адамдар сонда ғана туған өңір табиғатын қорғауда белсенділік көрсете алады. Газет-журналдарға мақала жазу, баяндама жасау, теледидардан мәліметтер беру, жазушылармен, ғалымдармен кездесулер өткізудің нәтижелері мол болады. Адамдардың көздерін, адамды табиғаттың бір бөлшегі екендігіне жеткізу өте маңызды. Экологиялық апаттардың адамдарға тигізген зардаптары жайлы жазылған материалдардың әлеуметтік маңызы қазіргі кезде жан-жақты зерттеуді қажет ететін өзекті тақырыптардың бірі деп айта аламыз. Экологиялық проблеманың пайда болуы ең алдымен әлеуметтік-экономикалық факторларға байланысты және бұл проблемаларды техникалық құралдармен де, жеке адамның топтасқан қауымның қоршаған ортаға көзқарасын, қатынасын қайта бағдарлау жолымен де шешуге болады. Бұл мақалада Бұқаралық ақпарат құралдарында экологиялық проблемаларды жазудағы кемшіліктері сараланып, арнайы экологиялық сайттардан экологиялық ақпараттарды табу және қолдану жолдары ұсынылған. Сондай-ақ, БАҚ-та экологиялық проблемаларды анықтаудың маңыздылығы қарастырылған.

Түйін сөздер: экологиялық журналистика, экология, экологиялық ақпарат, экологиялық сайттар, БАҚ, ядролық қару.

Karimova B.Zh., Mukhatova A.D.

¹Al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty, e-mail: Sultan-3@mail.ru

²L.N.Gumilev Eurasian national university,
Kazakhstan, Astana, e-mail: aigulmukh@mail.ru

Shortcomings in the coverage of environmental problems

This scientific article is devoted to the ecological problems of Kazakhstan and their peculiarities, coverage of the ways of effective use of environmental and natural resources in mass media. Currently, many scientists are engaged in the prerequisites for the formation of environmental culture and its propaganda among the population. Very little work is done to improve the activities of environmental monitoring and controlling institutions and lack of transparency in the coverage of research results is observed. Having studied environmental problems, we are increasingly convinced that it is necessary to find a solution to these problems, otherwise it may be too late. In this regard, we need a modern ideology. Every person should know the basics of ecology. If we do not cultivate love for nature in young generation from the very beginning, it is obvious that we will lose much. If you instill love for nature,

then in the human subconscious, blood and views, a foundation will be formed that one cannot harm the environment. Only then can people actively participate in protecting the environment of their native land. Writing articles for many magazines, presenting reports, providing information on television and meeting with writers and scientists give positive results. It is important to convince people that a person is part of nature. The social significance of materials on the consequences of environmental disasters for humans can now be considered as one of the pressing issues that require careful study. The emergence of an environmental problem is primarily associated with socio-economic factors and can be resolved with the help of technical means and by reorienting views and attitude of man to the environment. In this article, shortcomings in the coverage of environmental problems in mass media, information on ecological sites and ways of using them are analyzed. The importance of identifying environmental problems in mass media is also considered.

Key words: ecological journalism, ecology, ecological information, mass media, nuclear weapons.

Каримова Б.Ж.¹, Мухатова А.Д.²

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Sultan-3@mail.ru

²Еуразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева,
Казахстан, г. Астана, e-mail: aigulmukh@mail.ru

Недостатки в освещении экологических проблем

Данная научная статья посвящена экологическим проблемам Казахстана и их особенностям, освещению способов эффективного использования экологических и природных ресурсов посредством СМИ. В настоящее время многие ученые занимаются предпосылками формирования экологической культуры и ее пропаганды среди населения. Очень слабо ведется работа по улучшению деятельности учреждений по наблюдению за состоянием окружающей среды и мониторингу, не хватает прозрачности в освещении результатов исследований. Ознакомившись с экологическими проблемами, мы все больше убеждаемся в том, что немедленно необходимо найти решение данным проблемам, иначе может быть слишком поздно. В связи с этим нам нужна современная идеология. Каждый человек должен знать основы экологии. Если мы не воспитаем любовь к природе у молодого поколения с самого начала, очевидно, что мы потеряем многое. Если привить любовь к природе, то в человеческом подсознании, крови и взглядах сформируется основа о том, что нельзя вредить окружающей среде. Только тогда люди смогут активно участвовать в защите окружающей среды родного края. Написание статей для множества журналов, выступление с докладами, предоставление информации на телевидении и встречи с писателями и учеными дают положительные результаты. Важно убеждать людей в том, что человек является частью природы. Социальная значимость материалов о последствиях экологических катастроф для человека теперь может рассматриваться как один из актуальных вопросов, которые требуют тщательного изучения. Возникновение экологической проблемы в первую очередь связано с социально-экономическими факторами и могут быть разрешены с помощью технических средств и путем переориентации взглядов и отношения человека к окружающей среде. В данной статье проанализированы недостатки в освещении экологических проблем в средствах массовой информации, предложены способы поиска специальной экологической информации на экологических сайтах и пути их использования. Также рассматривается важность выявления экологических проблем в средствах массовой информации.

Ключевые слова: экологическая журналистика, экология, экологическая информация, экологические сайты, средства массовой информации, ядерное оружие.

Кіріспе

XXI ғасырдың басынан бастап әлемде қоршаған орта жағдайы күрт нашарлап кетті. Жыл сайын экологиялық проблемалардың сан алуан түрі жинақталуда. Олардың көпшілігі халықтың хабардар болмауынан табиғаттың әр бөлігіне қауіп төндіруде. Қоғам өкілдері қоршаған орта мен қоршаған ортаға қандай факторлар әсер ететіндігі туралы сенімді, объективті және заманауи ақпарат алуға тиіс. Сол тұрғыда мемлекеттің

экология балансын жақсарту және қолдау үшін қандай шараларды қолданатынын білуі керек және оларды жүзеге асыруға жауапты. Бұдан басқа, әрбір тұрғын өзінің тіршілік әрекеті арқылы қоршаған ортаға жасайтын үлесін білуі керек. Информатордың қоршаған ортаны қорғаудағы рөлі бұқаралық ақпарат құралдарына түседі. Журналистің жұмысының сапасы негізінен халықты қоршаған ортаны қорғау мәселелерінде, сондай-ақ қоғамдағы экологиялық мәдениеттің деңгейінің жоғары не төмендігіне байланыс-

ты. Өйткені бұқаралық ақпарат құралдарының негізгі мақсаттары ақпарат беріп қана қоймай, табиғаттың тылсым сырларының сан қырлы өзгешелігі мен ерекшелігі туралы білім беру болып табылады. Адамзат өткенді қорытындылай келе, өркениеттің жетістіктерін мойындай отырып, экологиялық мәселелердің шешу жолдарын ғаламдық сипатта шешу қажеттілігін ескере отырып, өз қызметін жоспарлы және тұрақты даму жолында алға жылжуы керек.

Егемендік алған жиырма алты жыл мерзімді баспасөзіміз үшін, сол кеңестік Орталық қалдырған зардаптарды жария етуге кеңінен мүмкіндік туды. Солардың негізгілерінің бірі – экология тақырыбы. Аталмыш проблемаларға үлкенді-кішілі мерзімді басылымдардың соқпай кеткені «жоқ» деп батыл айтар едік.

Қазірде «Егемен Қазақстан» бастаған, «Жас Алаш», «Түркістан», «Заман Қазақстан», «Атамекен» тағы басқа республикалық, қала берді жергілікті жерлерде жарық көріп жатқан газеттерде табиғатты қорғау проблемалары баспасөз бетінен белді орын алды. Демек, өткен ғасырдың екінші жартысынан бастап экологиялық журналистика өмірге келіп, даму үстінде. Егер экологиялық журналистика мерзімді баспасөзде заңды түрде өзіне тиесілі публицистикалық және де басқа да жанрларда туындылар жариялап жатса, оны зерттеу объектісі есебінде қарастыру мүмкіндігі мен мұқтаждығы туса керек. Басқаша айтқанда, «экологиялық журналистикатану» деген теориялық және практикалық ғылыми-зерттеу саласын өмірдің өзі талап етіп отыр.

Жалпы бағдарлап қарасак, бір кездері одақтық республикалардың ішінде табиғаты шектен тыс зардап шеккені – Қазақстан екен. Оның ішінде «кеңестік экономика» мен «кеңестік қорғаныс» шараларын жүзеге асыру шараларының басты құрбандықтары – Арал аймағы мен Семей атом полигоны. Егемендік алған жылдардан кейін Бұқаралық ақпарат құралдарында, күнделікті саясат хақындағы жарияланымдардан кейінгі оқырман назарын өзіне аудартқан бірден-бір тақырып – экология тақырыбы десек, артық айтпаған болармыз. Журналистиканың осы заманғы «өтімді», жұртшылық қызығатын жанрлары – проблемалық мақала, очерк, корреспонденция, репортаж, интервью түрлеріндегі экология тақырыбы аясындағы материалдарды қарастырып, солардың негізінде қазіргі журналистикатануда теориялық пайымдаулар жасаудың қажеттілігін заман өзі талап етіп отыр деп санаймыз.

Жалпы табиғат экологиясының, қоршаған ортаның қиындап кеткен хал-жайының мерзім-

ді баспасөзде белең алуы қазіргі таңда өзінің шарықтау шегіне жеткеніне талас жоқ. Газет беттерінде жарияланымдар тап қазір күллі планетаның кез келген аймағынан экологиялық қауіп төндірмей тұрған жер таппайтынымызды мәлімдеуде. Ал журналистикатану ғылымы сол ақпараттардың жазылуында қандай теориялық заңдылықтар барын зерделеуге бағышталған жеке-дара ғылым саласы мәртебесінде енді-енді ғана кеңінен, тереңдей зерттеу жұмысына кірісуде.

Зерттеу мен сараптама жасауда осыдан мың бір жүз жылдан аса уақыт бұрын жасалған Әбу Насыр әл-Фарабидің төмендегі қағидаларын басшылыққа алса: Біріншіден, оның (ғылымның. – Ізденуші) барлық бастауларын (принциптерін. – Ізденуші) жақсы білу қажет. Екіншіден, осы бастаулар мен сол ғылымға қатысты мәліметтерден кезекті қорытындыларды дұрыс жасай білу қажет. Үшіншіден, аталмыш ғылым бойынша, өтірікті ақиқаттан ажырату үшін, қате пікірлерге жөндеп жауап беру, басқа авторлар айтқан пікірлерді талдап, олардың қателерін түзей білу қажет, – деген (Сүлейменов П.М, 2006). Ғұламаның осы қағидаларын экология проблемаларының қазақ газеттерінде көтерілу дәрежесін қарастыру үстінде жетекші рөл атқарады. Экология проблемасына қатысты қазақ журналистикатану ғылымында тақырыптың табиғатын ашып, теориялық қисындар келтіріп жатқан ізденушілер байқалмайды. Аталмыш тақырып жөнінде жалпылама жазылған мақалалар өте көп ұшырасады.

Айталық, Семей ядролық сынақ полигонында 40 жыл бойы өткізілген ядролық қаруды сынау адам денсаулығына және қоршаған ортаға орасан зор залал келтірді, халықтың жалпы сырқаттануы мен өлім-жітімнің артуына себеп болды. Бүгінде Шығыс Қазақстан және Павлодар, Қарағанды облыстарының іргелес аумақтары экологиялық апат аймағы ретінде танылды. Статистикалық мәліметтерге сәйкес, Семейде 1990 жылы 100 000 тұрғынға шаққанда 474 адам ісік ауыруымен ауырса, ал 2010 жылы олардың саны бес есеге өскен. Өкпенің қатерлі ісігінен өлім-жітім үш есе, өңештің ісік ауруларынан 8 есе, ал қатерлі ісікпен салыстырғанда 40%-ға жоғары бақылау тобына қосылды.

Ғалымдар Семей, Қарағанды және Павлодар облыстарының полигондарымен бірге тұратын 1,5 млн. адамның 1-ден астам дозада радиацияға ұшырап, сәулелендіру кезінде алынған хромосомалық бұзылуларын болашақ ұрпаққа жеткізді. Бүгін жер бетінде тұратын мыңдаған

құрбандар полигонға іргелес, мемлекеттік қолдаусыз қалады. Қазақстанда «Ядролық сынақтардан зардап шеккен халықты оңалту туралы» заң қабылданғанымен, елдегі қиын экономикалық жағдайдың салдарынан ол толық көлемде жұмыс істемейді (Қазақстан Республикасы «Семей ядролық сынақ полигонындағы ядролық сынақтардың салдарынан зардап шеккен азаматтарды әлеуметтік қорғау туралы» Заңы, 1992). Ядролық сынақтардың ұрпақтан-ұрпаққа берілетін қашықтағы зардаптары барынша зиянды. Полигон зардаптары бүгінде Шығыс облысында ғана емес, Қазақстанның барлық жері полигон мен радиоактивті қалдықтардың мекені. Мұны, ешкім ашып айтпағанымен Қазақстанның экологиялық жағдайы өте нашар. «Семей полигоны» – мерзімді баспасөзде жарық көре бастаған басты-басты төмендегідей таралымдарды бағамдадық.

Біріншіден, Кеңес империясы қазағы қалың елді мекеннің қақ ортасынан ойып алып, «Москва – 400» деп атаған, қазірде Курчатов қаласы атап келген аймақ туралы, атомдық сынақ алаңы хақында Президент Жарлығынан бұрында әшкерелеуші материалдардың жарық көре бастағанына көз жеткіздік.

Екіншіден, Семей ядролық сынақ алаңын әшкерелеуге «Невада-Семей» антиядролық қозғалысының қуатты қимылдары атом сынағы тақырыбын газеттерде көптеп те, батыл да көтеруге елеулі ықпал жасағанына көз жеткіздік.

Үшіншіден, қазақ тілді газеттер «Известия», «Труд» тәрізді ол кездегі орталық ақпарат құралдарының жалтақ журналистерінің «Адамдар үшін қауіп жоқ» немесе «Ғалымдар жұртшылық пікірін тыныштандыру үшін полигоннан сыртқа шығып кеткен заттарды байқауға алды және газдың зиянсыздығын дәлелдеп, сіміре иіскеді», дегенге дейін барған өтірік ақпараттары әшкереленді.

Төртіншіден, «Семей ядролық сынақ полигонын жабу туралы» Жарлықтан кейін қазақ қаламгерлерінің шығармашылық мүмкіндіктері кеңі түсті. Публицистикалық потенциалдарына тың қуат қосылды.

Семей полигонына қатысты тың мәліметтер беретін немесе бүгінгі және келешек талап етіп отырған жаңа, соны мәселелерді қозғайтын мерзімді басылымдардағы жарияланымдарды қарастыра отырып, бір байқағанымыз – жалғыз сол төңірек емес, күллі еліміз, қала берді, планета үшін экологиялық зардабын тигізбеуі мүмкін емес мәселені жұртшылыққа жария етуге газеттерімізде

жүйелілік жоқ екендігі. Редакциялар тілшілермен немесе мамандармен жоспарлы түрде жұмыс істеп, бірізділікпен тақырыптарды саралап тапсырма беру арқылы осынау аса маңызды мәселені жан-жақты ашу жағын ойлағандарын жөн деп білеміз. Қазақстан Республикасы Президенті Н.Ә. Назарбаев «Болашаққа көзқарас: қоғамдық сананы модернизациялау» атты кезекті Жолдауында: Қанымызға сіңген көптеген дағдылар мен таптаурын болған қасаң қағидаларды өзгертпейінше, біздің толыққанды жаңғыруымыз мүмкін емес. Төл тарихымызға, бабаларымыздың өмір салтына бір сәт үңіліп көрсек, шынайы прагматизмнің талай жарқын үлгілерін табуға болады. Халқымыз ғасырлар бойы туған жердің табиғатын көздің қарашығындай сақтап, оның байлығын үнемді, әрі орынды жұмсайтын теңдесі жоқ экологиялық өмір салтын ұстанып келді. Тек өткен ғасырдың ортасында, небәрі бірнеше жыл ішінде миллиондаған гектар даламыз аяусыз жыртылды. Ықылым замандардан бері ұрпақтан ұрпаққа жалғасып келген ұлттық прагматизм санаулы жылда адам танымастай өзгеріп, ас та төк ысырапшылдыққа ұласты. Соның кесірінен, Жер-Ана жаратылғаннан бері шөбінің басы тұлпарлардың тұяғымен ғана тапталған даланың барлық құнары құрдымға кетті. Түгін тартсаң майы шығатын мыңдаған гектар миялы жерлеріміз экологиялық апат аймақтарына айналды. Осының бәрі – жерге аса немқұрайлы қараудың ащы мысалы. Біз жаңғыру жолында бабалардан мирас болып, қанымызға сіңген, бүгінде тамырымызда бүлкілдеп жатқан ізгі қасиеттерді қайта түлетуіміз керек (Назарбаев Н.Ә, 2017). Бұл ретте Рухани жаңғырудан барып туындайтын ұлттық мүдде. Ұлттық мүддені бажайлау үшін ұлттық сана керек. Ұлттық санадан ұлттық белсенділік туындамақ (Мырзахметұлы М, 2002), деген пікірде ұлттық дүниетаным құндылығы жатыр. Ұлттық рухымыздың берік болуына қызмет ету тәуелсіз мемлекетіміздің әрбір саналы азаматының борышы. Өйткені, ұлттық рухтың игілігі үшін қызмет ету ұлттық бірлікті, тұтастықты сақтап, еліміздің елдігіне, болашақ ұрпақтың кемелділігіне қызмет атқару болып саналмақ.

Осы тұрғыдан алғанда бұқаралық ақпарат құралдары мен коммуникация саласы жеке және қоғамдық пікірді қалыптастырудың негізгі құралы болып табылады. Олардың мәні күн сайын өсе түсуде. Экологиялық сана мен экологиялық мәдениетті қалың бұқара арасында

қалыптастыру БАҚ алдында тұрған үлкен міндеттердің бірі деп түсінуіміз керек.

Қоғамда қоршаған ортаның тазалығы мен экологиялық ақпаратқа деген сұраныс аз. Оны сауалнама жүргізу барысында көз жеткіздік. Сауалнама Семей

қаласының Шәкәрім атындағы мемлекеттік университетінің студенттерінен алынды:

- САУАЛНАМА
- Экологиялық ақпараттың қажеттілігі



Экологиялық жүйені реттеудің бір түрі – экологиялық журналистика. Экологиялық журналистика – бұл жаһандық және аймақтық маңызы бар экология мәселелерін кеңінен баяндайтын журналистика жанры, оның тақырыбы – адам ағзасына үнемі араласатын қоршаған ортамен байланысты ағымдағы оқиғалар, үрдістер мен проблемалар туралы ақпаратты жинау, талдау және тарату. Экологиялық журналистика ғылыми журналистика нысандарының біріне жатқызылуы мүмкін. Күнделікті өмірде адам қоршаған ортаның бұзылуы немесе қоршаған ортаны ластау мысалдарын сирек кездеседі немесе оны түсінбейді. Табиғи апат оған жеке әсер етпейінше, адам экологиялық проблемалар жоқ деп санайды, бұл біздің психологиямыз.

Экологиялық мәселелерді жеткіліксіз хабардар ету – бұл адамның әрекетсіздігінің негізгі себептерінің бірі. Экологиялық проблемаларға қатысты әкімшілік шешімдер жаһандық экологиялық дағдарысты еңсеру үшін жеткіліксіз болуы мүмкін, жүйелі тәсіл қажет, оған қоғамның әрбір мүшесінің үлесі маңызды. Сондықтан, қоршаған орта туралы журналистиканың рөлі орташа адамға оның тұратын жерінде, оның елінде және тұтастай алғанда жаһандық проблемалар туралы хабарлауы мүмкін. Бұл мәселелерді бұқаралық ақпарат құралдарында құзыретті қамту хабардарлықты арттырады, әрбір адамды өзінің қоршаған ортасы үшін, демек бүкіл планетаның игілігі үшін әрекет етуге ынталандырады.

Экологиялық сараптама жасалған материалдар қазақ баспасөзінде жеткіліксіз. Оның бірден-бір себебі; жазып отырған материалды журналист өзі жете түсінбейді. Оған көмек беретін сарапшыны дұрыс таңдамайды; жазылған материал жалаң суреттеуден, дереккөздер интернеттегі материалды аударып қайта көшіруден тұрғандықтан, ол материалға ешкім қызықпайды. Журналистің жазған материалы тарихи деректермен суреттеліп, білікті сарапшылардың тың ойларымен, әртүрлі пікірлерді салыстырмалы түрде қорытындылаудан тұрса, статистикалық деректер тек қосымша мәліметтер қатарын толықтырған болса, жазылған ой құнды болар еді.

Экология тақырыбында қалам тербейтін журналистердің тағы бір кемшілігі түсініксіз терминдерді көп қолданады. Терминдермен жазылған дүние бос кеңістік тәрізді көрінеді. Себебі ол сол терминдерді түсінетін ғалымдарға арнап жазып отырған болады. Ал, оның аудиториясы – халық. Жазылған дүние халыққа шынайы жету үшін ол термин сөздердің баламасын ғылымға қатысы жоқ адамдардан алып, мақаланы баршаға түсінікті етіп жазылғаны дұрыс.

Журналистер көп жағдайда экологиялық ақпаратқа қол жеткізуде мемлекеттік мекемелермен, халықаралық ұйымдармен тиімді байланыс орната алмай, дереккөздерді қайдан алуды білмегендіктен жалаң, жалпылама материалдар жазып жатады.

Экология тақырыбындағы ақпаратты төмендегі сайттардан табуға болады:

– Экологиялық бақылау комитетінің сайты – www.ecokomitet.kz. Сайттан мемлекеттік бақылау нәтижелерін, рұқсаттар мен лицензияларды алу үлгілерін, экологиялық жарияланымдар мен барлық Комитет бөлімшелерінің мекен-жайларын алуға болады.

– Қоршаған ортаны қорғау министрлігінің ресми сайты – www.eco.gov.kz. Сайттан мемлекеттік саясат, статистикалық мәліметтерді, «Казгидромед» ұсынған мәліметтерді, қоршаған ортаны қорғау бойынша іске асырылған жобалар мен құқықтық негіздерді пайдалануға болады.

– «Экоинфоправо» сайты – www.ecoinfo.iacoos.kz. Бұл сайтта нормативтік құжаттар жинақталған. База жиі жаңартылып отырылады.

– ҚР табиғат ресурстарының мемлекеттік кадастрлары тізімі де бар – <http://193.225.78/>. Сайттан жануарлар әлемінің кадастрлық бөлімі туралы, орман фонды, ерекше қорғалатын аймақтар мен балық аулау шаруашылығы аймақтары жайында мәліметтер алуға болады.

– Ұлттық Орхус орталығының ресми сайты – www.aarhus.kz. Сайтта экологиялық жағдай туралы ақпараттар жинақталған. Қоршаған ортаны қорғау тақырыбында жазылған мақалалар, қоғамдық тыңдаулардың өткізілуі туралы хабарламалар, құқықтық негіздер мен экологиялық бірлестіктер сайттарына сілтемелер алуға болады.

Біздің уақытта экологиялық журналистерге қолдау бар. Орхус конвенциясының негізін қалаудың бірі болып табылады. Орхус конвенциясы – Біріккен Ұлттар Ұйымының Еуропалық экономикалық комиссиясының ақпаратқа қолжетімділігі, шешімдер қабылдаудағы жұртшылықтың қатысуы және экологиялық мәселелер бойынша әділ сотқа қол жеткізу туралы конвенциясы. Конвенцияның мақсаты адам денсаулығы мен әл-ауқатына, ақпаратқа қолжетімділікті, шешімдер қабылдауға жұртшылықтың қатысуы мен қоршаған ортаны қорғау мәселелерінде әділеттілікке қол жеткізу үшін қолайлы ортада адам құқықтарын қорғауды қамтамасыз ету болып табылады. Конгрестің негізгі талаптары:

– қол жеткізу бостандығы (сұрау салу бойынша қажетті ақпаратты міндетті негізде ұсыну талап етілмейді);

– Интернет арқылы жұртшылыққа белсенді ақпарат беру, қоршаған орта жағдайы туралы есептерді жариялау;

– ақпарат беруден бас тартқанға дейін оған қоғамдық мүдделердің дәрежесін ескеру қажет;

– сұрау салынатын органдардың сұранысты қанағаттандыра алатын агенттіктеріне сілтеме жасайтын ақпарат болмаған кезде;

– адам денсаулығына және / немесе қоршаған ортаға тікелей қатер төнген жағдайда дереу жұртшылықты хабардар ету.

Орхус конвенциясын орындау үшін 2009 жылы Қазақстан Республикасы Қоршаған ортаны қорғау министрлігі «Қоршаған ортаны қорғаудың ақпараттық-талдау орталығы» РМК базасында Ұлттық Орхус орталығын құрды, ол келесі функцияларды атқарады:

– жеке және заңды тұлғалардың өтініші бойынша қол жетімді экологиялық ақпарат беру;

– бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланымдар, радио мен теледидардағы сөз сөйлеулер, жарнамалық кампаниялар, сондай-ақ жоспарланған және өткізілген қоғамдық тыңдауларға ақпараттық қолдау көрсету;

– Орхус орталығының веб-порталында экологиялық ақпарат орналастыру www.aarhus.kz.

Сондай-ақ, қазіргі уақытта экологияны зерттейтін журналистерге арналған түрлі бро-

шюралар шығарылады. «Қоршаған орта мен табиғи ресурстардың шекарасы жоқ, алайда, әрине, елдерде қоршаған ортаны қорғау және табиғи ресурстарды пайдалану саласындағы ұлттық саясат бар, алайда аймақтық ынтымақтастық тиімді әрекет пен тұрақтылықтың басты факторы болып табылады, бұл Орталық Азияда, мүмкін, бұл басқа өңірлерде тиімді саясат сенімді ақпаратқа негізделген Бүгінгі күні Еуропалық Одақ Орталық Азиядағы азаматтар мен саясаткерлерге арналған ақпарат пен қоршаған орта мен табиғи ресурстар туралы ақпаратқа қолжетімділікті жақсартуға көмектеседі (Орталық Азиялық экологиялық журналистер желісі бюллетені, 2006), – деді Чесаре Де Монтис.

Қазақстанда мұндай тәжірибелердің бірін Еуразия ұлттық университетінің ғалымдары жариялады. Ұжымдық еңбек «Орта Азиядағы экологиялық дағдарыс: далада теңізге дейін, шөлден мұздықтарға дейін» деп аталады. Журналистика және саясаттану кафедрасының баспа және баспа бөлімінің меңгерушісі, доцент Айтмұханбет Есдәулетов және халықаралық қатынастар профессоры Ардақ Есдәулетова бұл еңбекте Қазақстан баспасөзінде су және басқа да экологиялық мәселелерді жазып қана қоймай, қалай сараптама, зерттеу жүргізуге болатыны жағдайында жазды. Монография АҚШ-та 2015 жылы Пулитцер сыйлығының лауреаты Эрик Фридманмен (Мичиган штатының Мемлекеттік университеті, Экологиялық журналистика орталығының директоры) және Томас Университетінің профессоры Марк Ньюэлдің редакциясымен жарияланды. Халықаралық топтамаға Қырғызстан, Тәжікстан, Сирия, Индонезия, АҚШ, Германия, Ұлыбритания, Италия, Франция жә-

не басқа елдерден танымал ғалымдардың басылымдары кіреді.

«Қазіргі кезде біз экология мәселелеріне жазатын журналистердің әлеуетін арттыруға үлкен қажеттілік бар (<https://infourok.ru/prezentaciya-na-kazahskom-yazike-na-temu-balash-ekologiyasi-klass-827488.html>), – дейді Қырғызстандағы Озон орталығының басшысы Марс Аманалиев. Демек, БАҚ-тағы экологиялық тақырып маңызды және күрделі. Адамның денсаулық жағдайы, әл-ауқаты қоршаған ортаның жай-күйімен тікелей байланысты. Сондықтан қоршаған ортаның жай-күйі туралы ақпарат халыққа жоғары деңгейде қажетті, себебі біздің негізгі мақсатымыздың бірі – өмір сүру. Адамзаттың қазіргі қызметі – өндіру және тұтыну – қоршаған ортаға теріс әсер етеді. Шынында да, көптеген қақтығыстар әртүрлі ұйымдардың қызметінің экологиялық аспектілері арқылы жасалады. Себебі, бұқаралық ақпарат құралдары бүгінгі күні азаматтардың көпшілігі үшін экологиялық ақпараттың негізгі көзі болып табылады. Сондай-ақ экологиялық журналистика экология проблемаларын шешудегі құралдардың бірі болып табылады деп айтуға болады. Бұл экология тақырыбын қамтитын журналистке белгілі бір жауапкершілік жүктейді. Журналист өзі айтқан мәселенің мәнін түсінетіні өте маңызды. Фактілерді өңдеудегі дәлме-дәлдік, материалдарды ұсынудағы сенсационализмге деген үлкен ұмтылыс оқырманы шатастырып қана қоймай, сонымен қатар экологиялық мәселелерді шешуге жауапты лауазымды тұлғалардың пікірлері мен ой түйіндерінен ортақ шешімдер қабылдауға жол ашады.

Әдебиеттер

- Афанасьев В.Г. (2005) Социальная информация и управление обществом. –М.: Политиздат. – 164 с.
- Allan S and Ewart J (2015) Citizen science, citizen journalism. In: Hansen A and Cox R (eds) The Routledge Handbook of Environment and Communication. London; New York, NY: Routledge, pp. 186–196.
- Anhäuser M and Wormer H (2012) A question of quality: Criteria for the evaluation of science and medical reporting and testing their applicability. In: Quality, honesty and beauty in science and technology communication. Proceedings of the 12 international public communication of science and technology conference (PCST) (ed B Trench and M Bucchi), pp. 335–337.
- Берг Л.С. (1989) Арал теңізінің физикалық географиясы. Арал тағдыры. Ұжымдық жинақ. – Алматы: Қазақстан.
- Brown N. Ecology and world security // World today, 1992. Vol. 48, -P.51-54.
- Bødker H and Neverla I (2012) Environmental journalism. Journalism Studies 13(2): 152–156.
- Bourassa E, Amend W and Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. Journal of Professional Communication: 39-65.
- Галимов Э.М. (2001) Феномен жизни. Между равновесием и нелинейностью. Происхождение и принципы эволюции. – М.: Наука. – 183 с.
- Davydova A (2013) The state of environmental journalism in Germany and Russia. Global Media Journal.
- Иванова С.Ю. (2004) Патриотизм, национализм, глобализм: социокультурные, исторические и антропологические аспекты. Ставрополь: Изд-во СГУ. – 117с.

- Kavadias S and Sommer S (2009) The effects of problem structure and team diversity on brainstorming effectiveness. *Management Science* 55(12): 1899-1913.
- Қазақстан Республикасы «Семей ядролық сынақ полигонындағы ядролық сынақтардың салдарынан зардап шеккен азаматтарды әлеуметтік қорғау туралы» Заңы, 1992 жылғы 18 желтоқсан.
- Мырзахметұлы М. (2002) Түркістан Тараз арасы.... – Астана: Білге. – 432 б.
- Мамедов Н.М. (1989) Проблемы экологии: некоторые актуальные аспекты. – М.: Прогресс. – 174 с.
- Манойло А. В. (2003) Государственная информационная политика в особых условиях. – М.: Политика. – 374 с.
- Моисеев Н. Н. (2000) Козволюция природы и общества. Пути ноосферогенеза // Международный независимый эколого-политологический университет. – М.: Изд-во МНЭПУ. – 244 с.
- Moynihan R, Bero L, Ross-Degnan D, Henry D, Lee K, et al. (2000) Coverage by the news media of the benefits and risks of medications. *New England Journal of Medicine* 342: 1645-1650.
- Миронов В. В. (1996) Наука и кризис культуры (или затянувшийся карнавал?) // Вестник МГУ. Сер. 7. «Философия». – № 4, 5. – С. 24-32.
- Mooney C (2004) Blinded by science: How ‘balanced’ coverage lets the scientific fringe hijack reality. *Columbia Journalism Review* 43(4): 26–35.
- Назарбаев Н.Ә. (2017) «Болашаққа көзқарас: қоғамдық сананы модернизациялау» атты кезекті Жолдауы, 31 қаңтар. <http://www.akorda.kz/>
- «Орталық Азиялық экологиялық журналистер желісі» бюллетені (2006).
<https://infourok.ru/prez-entaciya-na-kazahskom-yazike-na-temu-balash-ekologiyasi-klass-827488.html>
- Реймерс Н. Ф. (1994) Экология: Теории, законы, правила, принципы и гипотезы. М.: Россия молодая. – 233 с.
- Сүлейменов П.М. (2006) Әл-Фараби және қазақ халқының рухани мұрасы. – Алматы: Қазақ университеті. – 230 б.
- Sachsmann DB and Myer Valenti J (2015) Environmental reporters. In: Hansen A and Cox R (eds) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. London; New York, NY: Routledge, pp. 158–167.
- Schmidt A, Ivanova A and Schäfer MS (2013) Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change* 23: 1233–1248.
- Суровцев Л. К., Шалабин Г. В. (1995) Экономические вопросы реализации концепции устойчивого развития. // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Вып.1. – С. 54-60.
- Хейзинга Й. (1991) Homo Ludens. В жизни завтрашнего дня. М.: Прогресс. – 267 с.
- Франк С. Л. (2006) Реальность и человек. М.: Республика. – 351 с.
- Weischenberg S, Malik M and Scholl A (2006) *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Wilson A, Bonevski B, Jones A and Henry D (2009) Media reporting of health interventions: Signs of improvement, but major problems persist. *PLoS ONE* 4(3): 831.

References

- Afanas'yev V.G. (2005) *Sotsial'naya informatsiya i upravleniye obshchestvom* [Social information and society management] / V.G.Afanas'yev M.: Politizdat. – 164 s.
- Allan S and Ewart J (2015) Citizen science, citizen journalism. In: Hansen A and Cox R (eds) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. London; New York, NY: Routledge, pp. 186–196.
- Anhäuser M and Wormer H (2012) A question of quality: Criteria for the evaluation of science and medical reporting and testing their applicability. In: *Quality, honesty and beauty in science and technology communication. Proceedings of the 12 international public communication of science and technology conference (PCST)* (ed B Trench and M Bucchi), pp. 335–337.
- Berg L.S. (1989) Aral teñiziniñ fizikal'nyy geografiyası. Aral tağdyry [Physical geography of the Aral Sea. The fate of the Aral Sea] / L.S. Berg. Ujymdyq jınaq. – Almaty: Qazaqstan.
- Brown N. Ecology and world security // *World today*, 1992. Vol. 48, -P.51-54.
- Bødker H and Neverla I (2012) Environmental journalism. *Journalism Studies* 13(2): 152–156.
- Bourassa E, Amend W and Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication*: 39-65.
- Galimov E.M. (2001) Fenomen jizni. Mejdý rovnovesiem nelineinost'ıy. Proishojdenie i printsipy evolýsii. [The phenomenon of life. The equilibrium and nonexistence. Progression and the principle of evolution] / E.M. Galimov. – M.: Nauka. – 183 s.
- Davydova A. (2013) The state of environmental journalism in Germany and Russia. *Global Media Journal*.
- Ivanova S.Yu. (2004) Patriotizm, natsionalizm, globalizm: sotsiokul'turnye, istoricheskie antropologicheskie aspekty [Patriotism, nationalism, globalism: socio-cultural, historical and anthropological aspects] / S.Yu. Ivanova. Stavropol': Izd-vo SGU. – 117 s.
- Kavadias S and Sommer S (2009) The effects of problem structure and team diversity on brainstorming effectiveness. *Management Science* 55(12): 1899-1913.
- Qazaqstan Respýblıkasy «Semey iadrolyq synaq poligonyndağy iadrolyq synaqtardyñ saldarynan zardap shekken azamattardy áleymettik qorğay týraly» Zańy (1992). [Law of the Republic of Kazakhstan “On social protection of citizens suffered from nuclear tests at Semipalatinsk nuclear test site”].
- Myrзахметұлы М. (2002) Түркістан Тараз арасы.... [Turkestan is the city of Taraz] / M. Myrзахmetuly. – Astana: Bilge. – 432 s.
- Mamedov N.M. (1989) Problemy ekologii: nekotorye aktual'nye aspekty [Ecological Problems: Some Actual Aspects] / N.M. Mamedov. – M.: Progress. – 174 s.

- Manoilo A. V. (2003) Gosýdarstvennaia informatsionnaia politika v osobykh ýsloviakh [State-of-the-art information politics in particular cases] / A. V. Manoilo. M.: Politika. – 374 s.
- Moiseev N. N. (2000) Koevolýtsia prirody obshchestva. Puti noosferogeneza // Mejdýnarodny nezavisimyy ekologo-politologicheskii ýniversitet [The coevolution of society and society. Pouti noosphereogenesis // International non-existent ecological-political university] / N. N. Moiseev. – M.: Izd-vo MNEPÝ. – 244 s.
- Moynihan R, Bero L, Ross-Degnan D, Henry D, Lee K, et al. (2000) Coverage by the news media of the benefits and risks of medications. *New England Journal of Medicine* 342: 1645-1650.
- Mironov V. V. (1996) Nauka krízis kýl'týry (zatanyvshisia karnaval?) [Research and Crisis Culture (Or Carnival Carnival?)] / V. B. Mironov. // *Vestnik MGU. Ser. 7. «Filosofia»*. – 1996. - № 4, 5. – S. 24-32.
- Mooney C (2004) Blinded by science: How ‘balanced’ coverage lets the scientific fringe hijack reality. *Columbia Journalism Review* 43(4): 26–35.
- Nazarbaev N.Á. (2017) «Bolashaqqa kózqaras: qoǵamdyq sanany modernizatsııalaý» atty kezekti Joldaýı [Address of the President of the Republic of Kazakhstan “A look into the future: public consciousness modernization”] / N.Á.Nazarbaev. <http://www.akorda.kz/>
- «Ortalyq Aziıalyq ékologııalyq jýrnalister jelisi» bıýlleteni (2006). [The Central Asian Network of Environmental Journalists] <https://infourok.ru/prez-entaciya-na-kazahskom-yazike-na-temu-balash-ekologiyasi-klass-827488.html>
- Reimsers N. F. (1994) Ekologıia: Teoriı, zakony, pravıla, printsipy gipotezy [Ecology: Theory, laws, rules, principles and hypotheses] / N. F. Reimsers. M.: Rossiia molodaia. – 233 s.
- Súleimenov P.M. (2006) Ál-Farabı jáne qazaq halqynyń rýxanı murasy [Al-Farabi and spiritual heritage of the Kazakh people] / P. M.Suleimenov. – Almaty: Qazaq ýniversiteti. – 230 s.
- Sachsmann DB and Myer Valenti J (2015) Environmental reporters. In: Hansen A and Cox R (eds) *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. London; New York, NY: Routledge, pp. 158–167.
- Schmidt A, Ivanova A and Schäfer MS (2013) Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change* 23: 1233–1248.
- Surovtsev J.I. K., Shalabin G. V. (1995) Ekonomichesie voprosy realizatsii kontseptsii ýstoichivogo razvitiia [Economic problems of realizing the concept of sustainable development] / J.I. Surovtsev K., G. V. Shalabin. // *Vestnik Sankt-Peterbýrgskogo ýniversiteta*. -Vyp.1. – S. 54-60.
- Heizinga Y. (1991) V jizni zavtrashnego dnia [Homo Ludens] / Y. Heizinga. M.: Progress. -267 s.
- Frank S. L. (2006) Real'nost' i chelovek [Reality and Personage] / S. L. Frank M.: Respýblika. – 351 s.
- Weischenberg S, Malik M and Scholl A (2006) *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Wilson A, Bonevski B, Jones A and Henry D (2009) Media reporting of health interventions: Signs of improvement, but major problems persist. *PLoS ONE* 4(3): 831.

Сәбитов Р.С.

PhD докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., e-mail: rauash@gmail.com

НАРЫҚТЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖАҒДАЙЫНДА БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІ ҰЛТТЫҚ ТЕЛЕӨНІМДЕР ӘЗІРЛЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мақалада Қазақстанның заманауи медиа нарығындағы отандық телеконтент үлесін арттырудың өзекті мәселелеріне талдау жасалған. Көрермендер аудиториясы мен әлеуетті жарнама берушілер қатарын арттыру мақсатында отандық бәсекеге қабілетті телеөнімдер әзірлеудің маңыздылығы атап көрсетіледі. Отандық телеөндірісті дамыту тұрғысындағы мемлекеттік ақпараттық тапсырыс көлемін арттыру үрдістеріне талдау жасалып, автордың әдістемелік ұсынымдары берілген. Қазақстандағы телеконтент өндірісі және нарықтық қатынас жағдайында жарнама нарығында орын алған өзгерістердің кейбір аспектілері сарапқа салынады. Сондай-ақ, қазіргі таңдағы қазақстандық телеконтент өндірісі мен хабар тарату мәселелеріне талдау жасалып, отандық өнімді дамытудағы қиындықтар мен кедергілер таразыланады. Сондай-ақ, нарықтық қатынас жағдайында көрермен аудиториясы мен жарнама нарығы қаншалықты өзгеріске ұшырағаны сарапқа салынады. Отандық телеөндірісті дамыту жолында мемлекеттік ақпараттық саясаттың да маңызы сөз болады.

Түйін сөздер: медианарық, отандық телеконтент, жарнама нарығы, мемлекеттік ақпараттық тапсырыс.

Sabitov R.S.

PhD, L.N. Gumilev Eurasian national university, Kazakhstan, Astana, e-mail: rauash@gmail.com

The problems of developing a competitive national TV programs in the reality of the market relations

The paper is devoted to topical issues of increasing the share of domestic television content in the modern media market of Kazakhstan. The importance of creation of competitive teleproducts for attraction of a viewership and potential advertisers is noted. The tendencies of increasing the volume of the state information order for the development of the domestic television industry are analyzed and the author gives a number of recommendations. Some aspects of creating TV content and changing the advertising market in Kazakhstan in connection with the introduction of market relations on television have been analyzed. The article also deals with the problems of production and broadcasting of modern Kazakhstan TV. It is shown how the viewership and advertising market at this stage due to the introduction of market relations on television. Consider the value of the country's information policy in the development of the domestic TV industry.

Key words: media market, the domestic television content, the advertising market, the state information order.

Сабитов Р.С.

PhD докторант, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана, e-mail: rauash@gmail.com

Проблемы подготовки конкурентоспособной национальной телепродукции в реалиях рыночных отношений

Статья посвящена актуальным вопросам повышения доли отечественного телеконтента в современном медиарынке Казахстана. Отмечается значимость создания конкурентоспособной телепродукции для привлечения зрительской аудитории и потенциальных рекламодателей.

Проанализированы тенденции повышения объема государственного информационного заказа в целях развития отечественной телеиндустрии и автором дан ряд рекомендаций. Проанализированы некоторые аспекты создания телеконтента и изменения рекламного рынка Казахстана в связи с внедрением рыночных отношений на телевидении. Статья также освещает проблемы производства и вещания современного казахстанского телеконтента. Показано, как меняется зрительская аудитория и рекламный рынок на современном этапе в связи с внедрением рыночных отношений на телевидении. Рассмотрено значение информационной политики страны в развитии отечественной телеиндустрии.

Ключевые слова: медиарынок, отечественный телеконтент, рекламный рынок, государственный информационный заказ.

Кіріспе

Бүгінде қазақ телевизия саласы нарықтық қатынастарға бейімделіп, дамудың жаңа сатысына қадам басты. Соңғы жылдары көгілдір экраннан қазақша сериалдар мен әлемдік танымал тележобалардың қазақша нұсқасы көрсетіле бастады. Көрермендердің ұлттық телеөнімге ерекше қызығушылығы телеарналардың бұрын болмаған жоғары рейтингіне қол жеткізіп, қоғамда қызу талқылануына себеп болып отыр. Мұндай бағдарламалар қатары әзірге саусақпен санарлық болса да төл телеөнімнің біртіндеп саннан сапаға көше бастағанын аңғартады. Дей тұрғанмен, еліміздің телехабар өндірісі мен тарату саласында түйіні шешілмеген толғақты мәселелер де аз емес. Соның ең маңыздысы – отандық сапалы телеконтент үлесін арттыру.

Қазақстанның тарихи, әлеуметтік және аумақтық ерекшеліктерін ескерер болсақ, телеарна бұрынғысынша ең танымал әрі халықтың сұранысына ие БАҚ-тың бірі болып табылады. Еліміздегі телеарналарда ойын-сауық, жаңалықтар, көркем, әлеуметтік-саяси, ағартушылық бағдарламалар, түрлі телесериалдар, кинолар, шетелдік және қазақстандық шоулар мен т.б. көрсетіледі (Ахмедова, 2015).

Негізгі бөлім

Эфирлік телевизиядан бөлек кәбілдік, спутниктік, Интернет және мобильді телевизияның қарқынды дамуы отандық нарықта аудитория үшін қызу бәсеке туғызып отыр. «Бүгінде телевизия идеологиялық институттан бизнеске айналды» (Полуэхтова, 2010), сол себепті кез келген телеарна жарнама берушілер ағымын арттыру үшін, ең алдымен, өз көрерменіне сапалы әрі тың контент ұсынуға мүдделі. «Қазақстан нарығында да телебизнестің алғашқы бетіндегі қаймағы алынды, енді оны дамыту, табыс табу, сонымен қатар қоғамдық дамудың маңызды факторына айналдыру үшін де өз аудиториясын

табу, оның нақты сұраныстарына бейімделу керектігі айқындала түсті» (Бейсенқұлов, 2001).

Өкінішке қарай әзірге қазақстандық көрермендер шетелдік өнімдерге, әсіресе, ресейлік хабарлар мен түрік, үнді, кәріс телехикаяларына көбірек басымдық береді. «Мұның бір себебі отандық телевизиялық нарық үнемі сапалы өнім ұсына алмағандықтан, сұраныстағы осы бос кеңістікті шетелдік контент толтырып отыр» (Веселева, 2012). Мәселен, прайм-тайм уақытында қазақстандық телеарналар бағдарламасының 20-40% шетелдік көбік сериалдармен толады (Amos, 2005).

Қазақстан Республикасының аумағында еш кедергісіз таратылып келген шетелдік хабарлар үлесінің теңгерімсіздігі отандық телеөндірістің дамуына өз зардабын тигізуде. Біріншіден, шетелдік контентке үйренген қазақстандық телеарналар эфирді толтырудың оңай жолына бейімделіп алды. Дайын өнім артық шығын мен шығармашылық ізденісті қажет етпейді. Соның нәтижесінде отандық телеарналар жаңа заман жағдайында бәсекеге қабілетті иммунитет қалыптастыра алмады. Екіншіден, ақпараттық кеңістігімізге еркін енген шетелдік контент ұлттық қауіпсіздік тұрғысында жергілікті аудиторияның мәдени, саяси-әлеуметтік көзқарасы мен дүниетанымына елеулі ықпал етіп отырғаны жасырын емес.

Дегенмен біраз жылдар кешеуілдегеніне қарамастан, отандық телеөндірісті қолдайтын заң 2012 жылы қабылданып, эфирден өтетін шетелдік және жергілікті контенттің үлес салмағына қатысты талаптарды айқындап берді. «Қазақстан Республикасының телерадио хабарларын тарату туралы» Заңына сәйкес, отандық теле-, радиоарналардың телерадио хабарларын таратудың апта сайынғы көлемінде отандық теле-, радиобағдарламалар:

1) 2014 жылғы 1 қаңтардан бастап – отыз пайыздан кем емес;

2) 2016 жылғы 1 қаңтардан бастап – қырық пайыздан кем емес;

3) 2018 жылғы 1 қаңтардан бастап – елу пайыздан кем емес мөлшерді құрауға тиіс.

«Ақпараттық Қазақстан – 2020» мемлекеттік бағдарламасында отандық ақпараттық кеңістіктің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету мақсатында 2020 жылы отандық өндірістегі телеөнімдер көлемін 60%-ға дейін ұлғайту көзделген.

Әлбетте, отандық телеарналар ұлттық контентті арттыруға ынталы болғанымен, бұл қадамға оларды көрермен сұранысынан гөрі заңнама талаптары міндеттеп отырғаны түсінікті. Әсіресе, коммерциялық арналар үшін отандық өнім өндірісі экономикалық тұрғыда пайдалы емес, сол себепті олар қомақты қаржыны қажет ететін сериалдар мен мегажобалар түсіруге көп жағдайда тәуекел ете бермейді. Әлемдік тәжірибе кез келген телеарна үшін өз өнімін түсіргеннен гөрі дайын контент сатып алған әлденеше есе арзанға түсетінін дәлелдеп отыр. Мәселен, «еліміздегі телеарналар бүгінде нарықтағы рейтингі жоғары түрік сериалының әр сериясына 3000 доллар төлесе, ал төл өнімнің бір сериясын түсіруге кемінде 30 000 доллар қаржы шығындауы қажет» (Бочарова, 2013). Есесіне коммерциялық арналарда ұлттық контенттің басым бөлігін үлкен қаржыны қажет етпейтін жаңалықтар, ток шоу, ТВ-шоу мен ойынсауықтық хабарлар құрайды.

Ұлттық контент жасауда коммерциялық арналарға қарағанда мемлекеттік арналардың әлеуеті анағұрлым жоғары. Мемлекеттік қолдау көп жағдайда медиа нарық ойыншыларына бәсекеге қабілетті тең жағдай туғызудың орнына мемлекеттік арналардың үстемдігін арттыра түсетіні анық. Соңғы жылдары коммерциялық арналар да мемлекеттік тапсырыс ала бастады. Алайда коммерциялық телеарналардың басшылары бұл қаражат та эфир шығынын өтеуге жеткіліксіз екенін айтады. Белгілі телесарапшы Қанат Сахарияновтың айтуынша, 2015 жылы КТК телеарнасының бар болғаны әрқайсысы үш бөлімнен тұратын үш сериал ғана түсіруге қауқары жеткен (Сахариянов, 2013). Салыстырмалы түрде айтатын болсақ, «Қазақстан» телеарнасы нарыққа «соңғы үш жылда шамамен 50 сериал шығарған» (Елтайқызы, 2015). Ендеше мемлекет қамқорлығындағы телеарналардың отандық сериал өндірісінде көш бастауы заңды құбылыс.

Отандық телеөндіріске баға берерде оның дамуына геосаяси факторлардың да елеулі әсері барын ұмытпаған абзал. Іргеде отырып, Еуропадағы алпауыт теленарықтардың алғашқы ондығына кіретін Ресейдің ықпалынан тысқары

қалу мүмкін емес. Еліміздің аумағында еркін таралатын ресейлік арналарды былай қойғанда, Ресей теле- және киноөндірісі үшін Қазақстан екінші нарық болып отырғаны бұлжымас шындық. Өйткені біріншіден, өзімізде көп қаржы шығындап, сапасы дүдәмал хабар түсіргенше, аз қаржы жұмсап, сапалы өнім сатып алған әлдеқайда тиімдірек. Екіншіден, тілдік кедергінің болмауы отандық телеарналарды аударма, дубляж, субтитр жасау секілді артық бейнет пен шығыннан құтқарады. Үшіншіден, менталитет жақындығы жергілікті көрермен тарапынан ресейлік телеконтентке, әсіресе, сериалдар мен ток шоуға сұраныстың әлі де жоғары екенін көрсетіп отыр.

Ресей теленарығының Қазақстанға қарағанда он есе үлкен екенін ескерсек, соған сәйкес жарнамадан түсетін пайда да анағұрлым қомақты. Ал жарнамадан түскен табыстың бір бөлігі рейтингі жоғары үлкен жобаларға жұмсалады. Бұл орайда жарнама нарығы әлдеқайда шағын қазақстандық телеарналар ресейлік әріптестерімен бәсекелесе алмайтыны түсінікті. Оның үстіне еліміздің аумағында тосқауылсыз таралатын Ресей арналары да осыған дейін ешбір міндеттемелерсіз отандық жарнама нарығына ортақтасып, ұлттық телеөндіріске елеулі зардабын тигізіп келді. «Тек жарнама нарығының өзінен Қазақстандағы шетелдік медиаресурстар жыл сайын төрт миллиард теңгеден астам пайда тауып келген. Бұл қыруар қаржы бұдан былай отандық телехабарлардың өндірісіне жұмсалатын болады» (Олжабаева, 2016).

Еліміздегі «Телерадио хабарларын тарату туралы» заң жергілікті контентті Қазақстаннан тыс жерлерде дайындауға шектеу қоймайды. Бұл жеңілдік отандық телеарналардың сапалы өнім дайындау және қаржы үнемдеу мақсатында шетелдехабар түсіруіне мүмкіндік беріп отыр. Еліміздің телевизия мамандары көрші Ресей мен Украинада студия мен декорация, техникалық жабдықтар және өзге де қызмет түрлері Қазақстанға қарағанда әлдеқайда арзан әрі дұрыс жолға қойылғандығын алға тартады.

Отандық телекомпаниялар арасында шетелден мамандар шақыру үрдісі де кең тараған. Шетелдіктердің көмегіне жүгінуге негізгі себеп – елімізде сапалы телехабарлар түсіре алатын кәсіби мамандардың аздығы. Бұл саладағы кадр тапшылығы теленарықтың барлық қатысушыларының бірдей сұранысын өтей алмай отыр. «Жетінші арнаның» бас директоры Әзиза Шөжеева шетелдік мамандар мен кеңесшілерді өз қызметкерлерін үйрету үшін Қазақстанға

жиі шақыратынын айтады (Бочарова, 2013). Қазақ телеөндірісі, әсіресе, танымал әлемдік форматтардың бейімдемесін жасау кезінде шетелдік креативті агенттіктердің көмегіне әлі де зәру.

Қазіргі таңда қазақ тележурналистикасы кросс-медиа технологияларының негізінде дамуда. Әсіресе, телевизиялық нарықта көрермендерге пішіні, мазмұны, жанры бөлек түрлі бағдарламалар ұсынылуда. Қазақ телевизиясының 60 жылдық тарихында телеконтент идеологиялық тұрғыдан бірнеше буын ұрпақты тәрбиеледі. Кеңес үкіметі тұсында теледидарда, негізінен, «түрі – ұлттық, мазмұны – социалистік» бағдарламалар көрсетілсе, Кеңестер Одағының құлдырауымен және Интернеттің пайда болуымен тәуелсіз қазақ телевизиясы соңғы ширек ғасырда конвергенциялық парадигма жағдайында әр алуан идеологиялық телеконтентті тұтынуда. Осы ретте, «Түрлі пішіндегі және жанрдағы телеконтентті пайдалану көрерменнің таным көкжиегін арттырғанымен, еліміздің ақпараттық-идеологиялық кеңістігі біртұтас па, ұлтымыздың өзіне тән менталитеті мен құндылықтар жүйесі сақталып отыр ма?» деген сұраққа нақты жауап беру қиынға соғатыны жасырын емес.

Телевизиялық контент мәселелерін зерттеген З. Буенбаева: «Бүгінгі жаңа медиажүйе өзінің динамикасымен ерекшеленеді. Ғаламтордың аудиторияны жаулап алу жылдамдығы коммуникация және ақпарат саласында теңдессіз жетістік болып табылады. Мәселен, америкалық радионың 50 миллиондық аудиторияны жаулап алуына 38 жыл қажет болса, телевизия 14 жылдың ішінде миллиондаған аудиторияны өзіне қаратты. Ал, ғаламтор 50 миллион америкалықты 4 жылда жаулап алды» (Буенбаева, 2015) – десе, телеақпарат кеңістігіндегі ақпараттық қауіпсіздік пен ақпараттық соғыс мәселесін зерттеген ғалым Н. Қадырниязов: «Бүкіл дүние жүзін шырмаған интернет жүйесі адамзаттың, ғылым мен білімнің дамуына күшті импульс әкелгенімен, мемлекеттердің, тіпті бүкіл бір аймақтардың саяси-экономикалық тұрақтылығын, ішкі тыныштығын бұзғандығы бәрімізге мәлім. Египет, Ливия, Иордания, Сирия мемлекеттерінің ішіндегі соғыс өрттерінің тұтанып, лаулап жануына ақпараттық соғыстың ұшқын болғаны, әрине, ешкімге жасырын емес. Қазіргі Сирия, Ирак территориясында соғыс қимылдарын жүргізіп жатқан «Ислам мемлекеті» ақпараттық соғыс жұмысын жүргізу жолында интернет жүйесін жан-жақты пайдаланып, өзде-

рінің содырлық істерін интернет арқылы дүние жүзіне таратып, жарнамалап отыр. Әр түрлі ролик арқылы жарнама жасап, өз қатарына басқа мемлекеттерден адам ресурстарын тартуда. Соңғы жылдары сәл саябырси бастаған АҚШ, Батыс Еуропа мемлекеттері мен Ресей арасындағы ақпараттық соғыс Украинадағы саяси-экономикалық дағдарысқа байланысты қазіргі кезде қайта өрши түсті. Бұрын Кеңестік одақтың құрамында болған Украина мемлекетінің ішкі саяси күштерінің Еуропалық Одаққа мүше болуға қарай қадам басуы ол мемлекеттің Ресей Федерациясымен арадағы ақпараттық соғысқа әкеп соқтырды. Осыған байланысты Украина мемлекетінің Ақпараттық саясат министрі Юрий Стець басқа мемлекеттің әлеуметтік жүйедегі «бот» пен «фейктеріне» қарсы «ақпараттық әскери құрама» құру туралы арнайы жарлық қабылдады. Үлкен бір мемлекеттің толыққанды ақпараттық әскери құрама құруы қазіргі кездегі ақпараттық соғыстың жаңа дәрежелік деңгейге көтерілуінің дәлелі болып табылады. Сонымен қатар Украинаның Ұлттық қауіпсіздік кеңесі жүзден астам Ресейдің телеарна, радиостанция, баспасөз және интернет басылымдарын 2015 жылға өз территориясында жұмыс істеуге рұқсат бермей қойды. Мұның өзі, әрине, бекерден бекер істелініп отырған қадам емес» (Қадырниязов, 2015) – деген пікірінің идеологиялық тұрғыда мәні терең.

Белгілі телесарапшы А. Бейсенқұлов қазіргі теленарықты дамытуда аутсорсингтік және краудсорсингтік тәсілдердің рөлі зор екендігін атап өтеді. Ол өз зерттеуінде жаңа медиа жаңа авторларды дүниеге әкеліп қана қоймай, журналистік кәсіпті де екіге жарғандығын айта келе: «Кәсіби журналист редакцияда жұмыс істеп, соның аясында ақпараттық саясатын жүргізсе, кей авторлар «біз еркін, тәуелсіз журналиспіз, шындықты біз ғана жеткізе аламыз» деп жатады. Кәсіби емес журналистер қатары көп болғанымен, олар өзіне журналистиканың қоғам алдындағы әлеуметтік жауапкершілігін толық ала алмауда. Уақыттың жаңалығы сол аутсорсинг, краудсорсинг деген ұғымдар дүниеге келді. Ірі телекомпаниялар кейбір тележобаларды продакшн студияларға беріп, қаржыландырады да, дайын өнім ретінде эфирге шығарады. Атақты британдық телерадиохабар тарату компаниясы BBC Лондонда «Тұтынушылар ньюсрумын» ашып қойды, яғни, кез-келген адам өзінің жаңалығын, идеясы мен жобасын ұсына алады. BBC UGC hub-ында еңбек ететін Silvia Costeltoe былай дейді: «Көпшіліктің даналы-

ғы құнды, оны журналистикамен сабақтастырып, біз құнды мәлімет, пікірлерді жинақтай аламыз. Ақпаратты тексеріп барып қана эфирге шығарамыз. Әлеуметтік желі кәсіби қызметпен сабақтасқанда ғана дұрыс нәтиже береді». Al Jazeera телеарнасы да қарапайым көрермендер ұсынған материалдарды тиімді пайдаланудың үлгісін танытты. Нидерланд қоғамдық телевизиясы NOS Net жаңалықтарында краудсорсинг тәсілімен көрермендерді серіктес ретінде қатыстырады, сол арқылы әр түрлі пікір эфирге тарайды. Сөйтіп, Wiki форматы телевизияда да кең қанат жаюда. Деректі фильм жасауда да көрермендерді кең қатыстыру тәжірибесі өмірге жолдама алды» (Бейсенқұлов, 2015) – дейді.

Маркетингтік және консалтингтік зерттеулер көрсеткендей, бүгінгі күннің талаптары көрерменнің қызығушылығына тек динамикалық, үнемі өзгеріп, жаңарып тұратын эфир ғана лайықты жауап бере алатынын көрсетіп отыр. Алайда мұндай әралуандықты кез келген телеарна қамтамасыз ете алмайды, өйткені телеөндірістің өзі қыруар шығынды қажет етеді. Сол себепті әлемдегі бүкіл ТВ өндірісі таратылатын сигналдың сапасына жауап беретін операторлар және телевизиялық бағдарламаларды өндірушілер болып екі бағытта жұмыс істейді. Олар міндеттерді өзара оңтайлы бөлісе отырып, осылайша өздерінің күші мен уақытын тиімді пайдаланады.

Катал бәсеке жағдайында телекомпаниялар өз көрермендерінің сұранысын орындауға тырысады, осы мақсатта олар аудиториямен толыққанды байланыс орнатуға көшуде. Осы үрдістің соңғы жетістігі – телекомпаниялардың көрермендерді телеконтент өндірісіне тартуы. Белгілі шетелдік зерттеуші Хауидің 2006 жылы жарияланған «The Rise of Crowdsourcing» («Краудсорингтің шыңы») атты мақаласынан соң бұл құбылыс медиа салада институционалдық даму сатысына көшті. Осы ретте автор бұл феноменге мынадай анықтама берді: «Краудсорсинг дегеніміз – компанияның немесе институттың бұрынырақта қызметкерлері немесе аутсорсинг-компаниялары атқарған функцияларды ашық сұраныс түрінде адамдардың нақтыланбаған тобына беруі».

Кейінірек бұл ұғымның мағынасы кеңейіп, көпшілікті ұйымдастырушылық міндеттерге тарту дегенді білдірді.

Бүгінгі таңда краудсорсинг технологиясына мыналар жатады:

1) Контенті Интернет тұтынушыларының көмегімен қалыптасатын веб-сайттар. Бұған әлеумет-

тік жаңалықтар сервистері, фото- және бейнесайттар мен басқа да көптеген ресурстар жатады. Мәселен, Mail.ru, Уикипедия, YouTube және т.б.;

2) Клиенттер өнімді жасауға араласатын жағдайлар. Мұның жарқын көрінісі – «Procter & Gamble» компаниясы. Мұндағы жаңа өнімдердің 20 пайызын ұйымнан тысқары адамдар жасайды. Осы әдістің тиімділігін байқаған компания басшылығы мұндай өнімдердің үлес салмағын 50 пайызға жеткізуді көздеп отыр;

3) Компьютердің жұмысын қарапайым адамдарға азғантай ақша төлеп, тапсыруы. Бұған, мәселен, дәрігерлердің диктофонға түсірген жазбасын мәтінге айналдыру жұмысын жатқызуға болады.

Краудсорсингті маркетингте қолдануды тұтынушының өнімнің немесе қызметтің жасалу үрдісіне қатысу белгілеріне қарай бірнеше түрге жіктеуге болады.

1. Өнімді әзірлеу сатысы (идея). Бұл кезеңде тұтынушылар жарнамаланатын тауарды жасау және жетілдіру үшін тартылады. Мәселен, Starbucks mystarbucksidea.com кофехана желілерінің сайты адамдарға сайтқа тіркеліп, Starbucks-тің жаңа сусындарын жасап шығару және қолданыстағы коктейлдердің сапасын жақсарту үшін өз идеяларын ұсынуына мүмкіндік береді. Киноиндустрияға келер болсақ, kinopoisk.ru сайты америкалық «Grown Ups» фильмінің орыс тіліндегі атауының неғұрлым дұрыс нұсқасын табуға конкурс жариялады. Сайт тұтынушыларының дауыс беруі нәтижесінде фильмге «Одноклассники» атауы берілді.

2. Дайындау (құрастыру) кезеңі. Бұл кезеңде тұтынушылар тауарды оның соңғы, дайын түріне жақындатуға қатысады. Осы орайда висбадендік зергер Лео Лангтің әдісі классикалық мысалға жатады. Ол өз клиенттеріне неке жүзіктерін жасауға қатысуды ұсынады. Ал Ресейде «Кухнистрой» компаниясында әрбір клиент өзінің асханалық жихазын жасауға тікелей қатысы, екі аптада бітетін жұмысты бір-ақ күнде аяқтап, тауарды жеткізу мүмкіндігіне ие болады.

3. Тауарды ілгерілету кезеңі. Бұл тәсіл желілік маркетингке ұқсайды. Сатып алушы өзінің досы, танысы немесе туысы ұсынған тауар немесе қызмет түрін сатып алуда белсенділік танытады. ICQ («I seek you») жылдам хабарлама тарату бағдарламасын әзірлеушілер жаңартылған бағдарламаларды тарату үшін қызықты әдіс қолданды. «Бағдарламаның жаңа нұсқасы дайын болған сайын бағдарламашылар кездейсоқ таңдап алынған мыңдаған тұтынушымен байланыс орнатып, олардың әрбіріне бі-

рыңғай «құпия паролді» таратып, бұл туралы тек екі досына айтуды сұраған. Компания күткендегідей, тұтынушылар бұл шектеуді ескермей, бағдарлама туралы хабарды жаппай таратқан. Краудсорингтің бұл түріне «Досыңды ертіп кел» секілді көптеген акцияларды да жатқызуға болады. Дей тұрғанмен, краудсорсингті әмбебап әдіс деуге болмайды. Себебі оны қолдану әдеп және экономикалық жағынан, тауар немесе қызмет түрінің ерекшеліктеріне, оларды тарату мен қолдану әдістеріне қарай шектелуі мүмкін (Черных, 2010).

Нарықтық қатынастарға көшкеніне ширек ғасыр өткен Қазақстан телевизия саласы да да осы жүйеде жұмыс істеуде. Телебағдарламалар дайындайтын кейбір аутсорсингтік компаниялар отандық теленарықта өздерінің лайықты орнын алып үлгерді. Аймақтық телеарналарды есепке алмағанда, республикалық деңгейдегі телеарналардың барлығы дерлік дайын өнімдер ұсынатын компаниялардың мүмкіндігін пайдалануда. Бірақ мәселенің екінші жағы бар: өкінішке қарай, әзірге «сапалы өнім ұсына алатын продюсерлік орталықтар мен телекомпаниялар елімізде айтарлықтай көп емес» (Цай, 2009). Мұның зардабы, әсіресе, мемлекеттен қаржылай көмек алмайтын коммерциялық телеарналарға қаттырақ тиюде.

Телеконтентті аудсорсинг немесе краудсорсинг технологиясы арқылы жасау арқылы телеарна басшылары жергілікті көременнің менталитеті мен ұлттық идеологияны, ұлттық мазмұнды естен шығармауы тиіс. Отандық медиа салада шетелге еліктеушілік салдарынан ақпараттық қауіпсіздікке нұқсан келетін жайттардың аз еместігін алға тартқан белгілі БАҚ зерттеушісі, профессор Н. Омашев: «Қазақстан журналистикасының айналасында кейінгі кездерде саяси капиталға байланысты да көп мәселелер айтылып жүр. Сондай-ақ БАҚ магнаттары пайда болуының алғышарттары және мұндай алпауыттардың қоғамға тигізетін қандай әсері бар деген секілді тақырыптар күн тәртібіне қойылып келеді. Шындығында, біз мұны қалайық, қаламайық, оларды қоғамның өзі тұғызды. Оның үстіне, Қазақстан – жариялылық құндылықтарын құптаған ел. Яғни, ақпаратқа қысымшылық жоқ. Бірақ БАҚ магнаттарын мемлекеттік мүддеге жұмыс істеуге шақыру әсте дұрыс. Өйткені, олардың қолында үлкен идеологиялық құрал бар екенін естен бір сәт те шығаруға болмайды. Қайта БАҚ иесінің қайдан шыққанын, оның тәуелсіз елімізге қаншалықты дәрежеде жаны ашитынын, «қаражатын өзі өмір

сүріп отырған қоғамға жұмсай ма, жоқ көкейінде жүрген бір дара пиғылына шашады ма?» деген мәселелерді зерттеудің ешқандай артықшылығы жоқ. Несін жасырамыз, бізде осы жағы жетіспейді. Мұндай игілікті іс-шаралар мемлекеттік тұрғыда жасалынуға тиісті. Әрі тәуелсіз елімізді мұратына жеткізетін асыл құндылықтарды айқындауымыз керек» (Омашев, 2015) - дейді.

Интернет пен өзге де жаңа телевизиялық платформалардың, соның ішінде кабельдік және спутниктік телеарналар арқылы контентті жүктеп алу мүмкіндігінің пайда болуы контентке қатысты ұлттық шекараның шебін бұза бастады. Ақпаратты таратудың жаңа платформаларына деген кең қолжетімділік көптеген елдердің ішкі контент өндірісін арттыру және ұлттық мәдениетті ілгерілету бойынша қабылдаған ережелерінің тиімділігін азайта түсуде. Хабар таратушылар лицензия берудің шарты ретінде, әдетте, ішкі контентке қатысты бірқатар талаптарды белгілейтін, бұл *quid pro quo*, яғни белгілі бір географиялық аймаққа қол жеткізу үшін хабар тарату мүмкіндігін қолдануға айрықша құқық беретін. Жаңа арналар мен таратушы платформалар қызмет жетізушілердің кең ауқымды салаларына қолжетімділікті қамтамасыз етеді, осы ретте олардың көпшілігін ұлттық реттеу мүмкін емес. Бұл жағдай саясаткерлердің контент өндірісіне ішкі реттеу арқылы араласу мүмкіндігін әлсіретіп отыр.

Хабар таратудың негіз құраушы экономикасы цифрлық хабар тарату мен кәбiлдiк телеарна жолымен өзгеріске ұшырады. Көрермендер аудиториясы телеарнаның бекітілген хабар тарату кестесін желілік емес түрлеріне дейінгі көру уақытын, соның ішінде, компьютерлерде, планшеттер мен смартфондарда көру, өз сұрауы мен талғамы бойынша көру мүмкіндігін өздері шешетін жағдайға жетті (Barwise & Picard, 2012). Интернеттегі ақпараттарды алу мен жүктеу ағымының артуы, сондай-ақ, кейбір платформаларда түпнұсқа бағдарламалардың әзірленуі көрермендердің көбінесе Netflix, LoveFilm, Hulu секілді сервистер мен осыған ұқсас сервистері бар интернет-провайдерлерді қолдануына жол ашты.

Бірқатар дамыған елдерде, атап айтқанда, Австралия, Канада, Ирландия мен Оңтүстік Кореяда ішкі контентті қалыптастыруға қатысты саясат айтарлықтай өзгеріске ұшырады. Осы аталған елдердің барлығы географиялық, мәдени және нарықтық тұрғыдан үлкен айырмашылықтарға ие болғанымен, олардың ішкі контент өндірісіне қатысты саясаттары ұқсас келеді. Осы елдер ұлттық контент нарықтарының шағын

болғанына қарамастан, отандық контент өндірісін қолдауға басымдық береді (Lowe & Nissen, 2011).

Контент саласындағы саясатты әзірлеуге мәдени саясат, өндірістік саясат, бәсекелестік саласындағы саясат және бұқаралық ақпарат құралдарына қатысты саясат секілді саясаттың төрт негізгі бағыты ықпал етеді. Мәдени саясат сана-сезім мен ұлттық болмысты нығайту мәселелерімен байланысты, әдетте, әрбір елдің ұлттық ерекшелігіне негізделеді (Bennett, 1998). Өндірістік саясат отандық өнеркәсіпке қолдау көрсетуге және экономикалық өсім мен жұмыспен қамтуды ынталандыруға бағытталған (Karlsson & Picard, 2011). Бәсекелестік саласындағы саясат тауарлар, соның ішінде, контент өндірісінің тиімді қызметін қамтамасыз етуге бағытталған (van Oranje-Nassau et al, 2008). Бұқаралық ақпарат құралдарына негізделген саясат масс-медианың жекелеген салалары ұлттық мақсат-мүддені қанағаттандыруды көздейді (O'Regan & Goldsmith, 2006). Соңғы жылдары бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы саясатты әзірлеудегі экономикалық тәсілдер шешім қабылдауда ең маңызды рөл атқарады (Picard, 2011).

АҚШ бірнеше ғасырлық коммерциялық тарихына байланысты мәдени өнімдердің халықаралық айналымында негізгі жеткізуші болып табылады. Бұл елдің фильмдері мен телевизиялық бағдарламалары ұзақ жылдар бойы халықаралық нарықта көш бастап келді (Wildman & Siwek, 1988). Хабар таратудың кәбілдік және спутниктік, Интернет арналарының пайда болуына байланысты АҚШ-тың ғаламдық үстемдігіне қатысты жаңа қауіп-қатерлер айтыла бастады. Бұл басымдық америкалық мәдени өнімдердің тікелей ағымына жол ашып қана қоймай, осы ел идеологиясының көптеген басқа мемлекеттердің ішкі бағдарламалық стратегиялары мен өнім мазмұнына да зор ықпалын тигізуі мүмкін (Banerjee, 2002; Straubhaar, 2008).

Ұлыбритания корольдігі де BBC және ондаған жылдар бойы коммерциялық телевизияның сапалы өнімдері мен тұрақты қаржыландыруының арқасында телевизиялық бағдарламаларды экспорттауда жетекші орында келеді. Бұл елде жарнамалық қаржыландыруға шектеулі бәсекелестік орнады. Осы елдің полиция тақырыбындағы драмалары мен комедиялары экспортта үлкен сұранысқа ие болып отыр.

Контент өндірісі бойынша нарыққа тари-

хи тұрғыдан иелік етіп отырған Батыс және АҚШ мемлекеттері әлем бойынша ірі ұлттық және аймақтық ойыншылар санының артуына байланысты өздерінің көшбасшылық рөлдерінен айырылуы мүмкін (Steinbeck, 1995; Thussu, 2007; Tunstall, 2007). Әлем елдеріндегі спутниктік және интернет-аудиовизуалды хабар тарату арналарының қолжетімділігіне байланысты хабар тарату саясатындағы ішкі нарықты қорғау бағытының тиімділігі азая түспек.

Канадалық хабар таратушылар атап өткендей, Netflix және өзге де әлеуетті қолжетімді Hulu, Amazon TV немесе Apple TV секілді ағымдық бейнематериалдарды құруда жасанды бәсекелік басымдыққа ие, себебі оларға канадалық контентті қолдау маңызды емес. Сарапшылар, Netflix әлеуетті абоненттерге қызмет түрін қымбатқа ұсынады деп қауіптенеді. Netflix кейбір америкалық медиа-кітапханаларды Канада аумағында тарату құқығын иеленген. Бұл, өз кезегінде, жекелеген канадалық мамандандырылған қызметтердің таралу мүмкіндігіне кедергі жасайды. Netflix басшылары Канадада өткен конференцияда «Netflix пайда түсіретін лицензиялау арқылы канадалық контентті қолдайды және Netflix ұсыныстарының шамамен 10 пайызға жуығы канадалық» деген болатын. Алайда осы фактіні тексере келе, АҚШ-тың Netflix операторлық желісіндегі канадалық контенттің үлесі бар болғаны 3 пайызға жуық. Тіпті көптеген канадалық фильмдер АҚШ-тағы Netflix-те қолжетімді болғанымен, Канадада қолжетімді емес. Бұған қоса, Канаданың тәуелсіз өндірушілері мен Netflix арасында лицензиялық мәмілелер жасалған жоқ. Негізгі мәмілелер Netflix, CBC және канадалық ірі дистрибьюторлар арасында жасалды (Gratton, 2011).

Ирландияда тілге және ішкі контентке қатысты мәселелер жоқ емес. Хабар таратудың алғашқы кезеңінде кейбір радио- және телевизиялық хабарлар ирланд тілінде шыққанымен, 1970-1990 жылдар аралығында мұндай хабарлардың саны айтарлықтай азайды. XX ғасырдың соңында ирланд телевизиялық контенті құрыла басталды, оның мультипликативтік әсері ирланд тіліндегі шығармашылық индустрияға ықпал ете бастады (Watson, 2002; 2003).

Дей тұрғанмен, таратылатын бағдарламалардың басым бөлігі ағылшын тілінде қалып отыр. Бұл фактор шағын мемлекеттер ұшырасатын өндіріс жағдайына байланысты мәдени мәселелердің бар екендігін айғақтайды

(Lowe & Nissen, 2011), сондай-ақ Ирландия аудио-визуалды контент өндіретін негізгі елдер, соның ішінде, ирланд аудиториясы үшін тартымды ағылшын тілінде сөйлейтін Австралия мен Канада ағылшын тіліндегі өзге де өндірушілер – Біріккен Корольдік пен Құрама Штаттардың арасында мәдени қысымға тап болды.

Солтүстік Ирландиядан, Ұлыбритания мен АҚШ-тан спутник арқылы тікелей көрсетілімдер арқылы сыртқы телевизиялық бағдарламалар өндірісінің Ирландияға кері әсері артып отыр. Солтүстік Ирландиядағы хабар таратушылар осы елді Біріккен Корольдікпен тығыз байланыстыру үшін арнайы құрылған және олар, әдетте, ирландиялық ұлтшылдық пен ұлттық мүддені кейінгі орынға ысырып қойды (Hill & Hill, 2007; Cornell, 1997).

Қорытынды

Қорыта айтқанда, контент өндірісіне қатысты халықаралық тәжірибе әлемнің көптеген елдерінде ішкі саясаттың идеологияның негізгі құрамдас бөлігіне және шетелдік мәдени экспансияның құралына айналғанын көрсетіп отыр. Біздің елімізге келер болсақ, ақпараттық

қауіпсіздік тұрғысынан отандық телеконтентті сандық, сапалық тұрғыда дамыту мәселесі қай кезде де өзекті болып қала бермек. Әлемнің алпауыт елдерінің толассыз мәдени экспансиясына төтеп бере алу үшін мемлекет отандық телевизияны сыртқы факторлардан қорғап, нарықтық қатынастар заңына сәйкес барлығына әділ де тең жағдай туғызуы қажет. Ол үшін еліміздің Ақпарат және коммуникациялар министрлігі мынадай ұсыныс-тілектерді мұқият зерттеп-зерделеген жөн деп білеміз:

Қазақстанғы шетелдік телеарналардың көрсетілуін азайту;

Ақпарат және коммуникациялар министрлігі жанынан шетелдік контенттің мазмұнын тексеретін арнайы жұмыс тобын құру;

Шетелдік контентке жарнама орналастыруға шектеу қою;

Отандық сериал өндірісін дамыту үшін телеарналарға салықтық жеңілдіктер қарастыру;

Сапалы телеконтент ұсынатын отандық аутсорсингтік және краудсорсингтік компаниялардың қызметіне қолдау көрсету. Ең бастысы, ақпараттық саясатта телеарналарды заңнамалық тұрғыдан міндеттеумен қатар, ынталандыру тетіктерін де дұрыс қолдана білген абзал.

Әдебиеттер

Amos, O. (2005). Television dependency in independent Kazakhstan: Programming via Relay, Import and Adaptation// The international journal for communication studies. № 67 (4). Pp. 325-337.

Ахмедова, М (2015). К вопросу об истории современного телевидения независимого Казахстана // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстелдің материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 38 б.

Banerjee, I. (2002). The Locals Strike Back?: Media Globalization and Localization in the New Asian Television Landscape. International Communication Gazette, 64(6), 517-535.

Barwise, Patrick and Picard, Robert G. (2012). The Economics of Television in a Digital World: What Economics Tells Us for Future Policy Debates, RISJ Report? Reuters Institute, University of Oxford.

Bennett, Milton, J. (1998). Intercultural communication: A current perspective. In Milton J. Bennett (Ed.), Basic concepts of intercultural communication: Selected readings. Yarmouth, ME: Intercultural Press.

Бейсенқұлов А.А. (2001). Қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарының жаңа технология негізінде даму проблемалары. Кандидаттық диссертация: 10.01.10. Әл-Фараби ат. ҚазҰУ. – Алматы.

Бейсенқұлов А. (2015). Телеконтентті дамытудағы сандық технологияның жаңа мүмкіндіктері // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстелдің материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 15 б.

Бочарова М. (2015). Интервью с Генеральным директором телеканала «Астана» Ляззат Танымбай: «Телевидению не обойтись без точечного государственного патронажа», https://vlast.kz/persona/ljazzat_tanysbaj_gendirektor_telekanala_astana_televideniju_ne_obojtis_bez_tochechnogo_gosudarstvennogo_patronazha-1540.html

Бочарова М. (2013). Интервью с Генеральным директором «Седьмого канала» Азизой Шужеевой: «Государственное финансирование не стимулирует рост телерынка», https://vlast.kz/persona/aziza_shuzheeva_gendirektor_sedmogo_kanala_gosudarstvennoe_finansirovanie_ne_stimuliruet_rost_telerynka-1675.html

Буенбаева З. (2015). Қазақ тележурналистикасындағы конвергенция үдерісі мен кросс-медианың мүмкіндіктері // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстел материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 82 б.

Van Oranje, C., Cave, J., Vander Mandele, M., Schindler, R., Hong, S.Y., Iliev, I., & et al. (2008). Responding to convergence: Different approaches for telecommunication regulators. TR-700-OPTA. Prepared for the Dutch independent telecommunications and post regulator. www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2011/RAND_TR700.pdf

Веселева О. (2012). Интервью с Генеральным директором Первого канала «Евразия» Сергеем Киселевым: «Развивать казахстанский телевизионный контент трудно, но реально», <https://kapital.kz/gazeta/9474/sergej-kiselev-razvivat-kazahstan-skij-televizionnyj-kontent-trudno-no-realno.html>

Gratton, Paul (2011). Foreign Over the Top Services and the Creation, Acquisition and Exhibition of Canadian Content. Joint submission of ACTRA, APFTQ, CMPA, DGC and WGC in response to B/TNOC 2011-244.

Елтайқызы Қ. (2015). Интервью с заместителем Председателя правления РТПК «Казахстан» Данияром Нургазином: «Телеканал «Казахстан» отснял для зрителей 12 сериалов». https://bnews.kz/ru/news/kultura/telekanal_kazahstan_ot snyal_dlya_zritelei_12_serialov

Hill, Andrew and Hill, John (2007). 'Just the Same Part of the United Kingdom as Your County Sussex': The BBC and the Arrival of Television in Northern Ireland in the 1950s, *Journal of British Cinema and Television*, 4(2) pp. 253–271.

Karlsson, Charlie and Picard, Robert G. (2011). *Media Clusters: Spatial Agglomeration and Content Capabilities*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Сахариянов, К. (2013). «Казахстанский сериал – мало и скучно», <https://radiotochka.kz/16432-kazahstanskiy-serial-malo-i-skuchno.html>

Қадырғиязов Н. (2015). Телеақпарат кеңістігіндегі ақпараттық қауіпсіздік пен ақпараттық соғыс // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстелдің материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 61-62 бб.

Lowe, Greg F. and Nissen, Christian S. (eds). (2011). *Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries*. Göteborg, Sweden: NORDICOM, University of Gothenburg.

McDermott, Philip (2011). 'Irish Isn't Spoken Here?' Language Policy and Planning in Ireland, *English Today*, 27(2):25-31.

Олжабаева А. (2016). Трансляция рекламы на зарубежных телеканалах теперь под запретом. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2016/07/01/70568>

Омашев Н. (2015). Төртінші билік // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстел материалдары. Алматы: Қазақ университеті, 19-20 бб.

O'Regan, T., & Goldsmith, B. (2006). Making Cultural Policy: Meeting Cultural Objectives in a Digital Environment. *Television & New Media*, 7(1), 68-91.

Полуэхтова И.А. Динамика Российской телеаудитории // «Социологические исследования», 2010, № 1

Straubhaar, J. D. (2008). Global, hybrid or multiple? Cultural identities in the age of satellite TV and the Internet. *Nordicom Review*, 29(2), 11–29.

Steinbeck, Dan (1995). *Triumph and Erosion in the American Media and Entertainment Industries*. Praeger.

Thussu, D. (ed). (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*. London: Routledge.

Tunstall, Jeremy (2007). *The Media Were American: U.S. Mass Media in Decline*. Oxford: Oxford University Press.

Черных О.Д. (2010). Краудсорсинг как инструмент современного маркетинга // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». С. 73.

Цай А. (2009). «ЭРА» телекомпаниясы» ЖШС Бас продюсері Михаил Дорофеевпен сұхбат: «И седьмые станут третьими», 3 б. <http://expertonline.kz/a3630/>

References

Amos, O. (2005). Television dependency in independent Kazakhstan: Programming via Relay, Import and Adaptation// *The international journal for communication studies*. № 67 (4). Pp. 325-337.

Akhmedova, M (2015). К вопросу об истории современного телевидения независимого Казахстана. [To the question of the history of modern television in independent Kazakhstan] // «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстелдің материалдары, Алматы: Қазақ университеті, p. 38.

Banerjee, I. (2002). The Locals Strike Back?: Media Globalization and Localization in the New Asian Television Landscape. *International Communication Gazette*, 64(6), 517-535.

Barwise, Patrick and Picard, Robert G. (2012). *The Economics of Television in a Digital World: What Economics Tells Us for Future Policy Debates*, RISJ Report? Reuters Institute, University of Oxford.

Bennett, Milton, J. (1998). Intercultural communication: A current perspective. In Milton J. Bennett (Ed.), *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.

Beysenkulov, A. (2001). Qazaqstandyq buqaralyq aqparat quraldarynyn zhana tekhnologia negizinde damu problemalary [Problems of development of Kazakhstan mass media on the basis of new technologies]. *KazNU named after al-Farabi, Almaty*, p. 15.

Beysenkulov, A. (2015). Telekontentti damıtwdagı sandıq texnologıyanıń jańa mümkindikteri [New opportunities for digital technologies in the development of telecontent]. «Қазіргі қазақ тележурналистикасының өзекті мәселелері мен даму тенденциялары: ұлттық мүдде, ақпараттық қауіпсіздік, кәсіби ұшқырлық» атты республикалық дөңгелек үстелдің материалдары, Алматы: Қазақ университеті, p. 28.

Bocharova, M. (2015). Interv'y u General'nym direktorom telekanala «Astana» Lyazzat Tanysbay: «Televideniye ne oboytis' bez tochechnogo gosudarstvennogo patronazha» [Interview with the General Director of the «Astana» TV channel Lyazzat Tanys-

bay: «Television cannot do without point-based state patronage»]. https://vlast.kz/persona/ljazzat_tanysbaj_gendirektor_telekanala_astana_televideniju_ne_oboitis_bez_tochechnogo_gosudarstvennogo_patronazha-1540.html

Bocharova, M. (2013). Interv'y u s General'nym direktorom «Sed'mogo kanala» Azizoy Shuzheyevoy: «Gosudarstvennoye finansirovaniye ne stimuliruyet rost telerynka» [Interview with Aziza Shuzheeva, General Director of Seventh Channel: «Public funding does not stimulate the growth of the telemarket»] https://vlast.kz/persona/aziza_shuzheeva_gendirektor_sedmogo_kanala_gosudarstvennoe_finsirovanie_ne_stimuliruet_rost_telerynka-1675.html

Buyenbayeva, Z. (2015). Qazaq telezhurnalistikasyndaǵy konvergentsiya yderisi men kross-medianyn mymkindikteri [Convergence trends in Kazakh TV journalism and the possibility of cross-media] // «Qazirgi qazaq telezhurnalistikasynyn ozekti maseleleri men damu tendentsiyalary: ulttyq mydde apparattyq qauipsizdik, kәsibi ushqyrylyq» atty respublikalyq dongelek ustel materialdary, Almaty: Qazaq universiteti, 82 b.

Van Oranje, C., Cave, J., Vander Mandele, M., Schindler, R., Hong, S.Y., Iliev, I., & et al. (2008). Responding to convergence: Different approaches for telecommunication regulators. TR-700-OPTA. Prepared for the Dutch independent telecommunications and post regulator. www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2011/RAND_TR700.pdf

Veseleva, O. (2012). Interv'y u s General'nym direktorom Pervogo kanala «Yevraziya» Sergeyem Kiselevym: «Razvivat' kazakhstanskiy televizionnyy kontent trudno, no real'no». [Interview with Sergey Kiselyov, General Director of the First Eurasia Channel: «It is difficult to develop Kazakhstan's television content, but really»]. <https://kapital.kz/gazeta/9474/sergej-kiselev-razvivat-kazakhstanskij-televizionnyj-kontent-trudno-no-realno.html>

Gratton, Paul (2011). Foreign Over the Top Services and the Creation, Acquisition and Exhibition of Canadian Content. Joint submission of ACTRA, APFTQ, CMPA, DGC and WGC in response to B/TNOC 2011-244.

Yeltaikyzy, K. (2015). Interv'y u s zamestitelem Predsedatelya pravleniya RTRK «Kazakhstan» Daniyarom Nurgazinom: «Telekanal «Kazakhstan» otsnyal dlya zriteley 12 serialov» [Interview with Daniyar Nurgazin, Deputy Chairman of the Board of RTRK «Kazakhstan»: «The TV channel «Kazakhstan» shot 12 serials for viewers»]. https://bnews.kz/ru/news/kultura/telekanal_kazakhstan_otsnyal_dlya_zritelei_12_serialov

Hill, Andrew and Hill, John (2007). 'Just the Same Part of the United Kingdom as Your County Sussex': The BBC and the Arrival of Television in Northern Ireland in the 1950s, *Journal of British Cinema and Television*, 4(2) pp. 253–271.

Karlsson, Charlie and Picard, Robert G. (2011). Media Clusters: Spatial Agglomeration and Content Capabilitie. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Sakhariyanov, K. (2013). «Kazakhstanskiy serial – malo i skuchno». [The Kazakh TV series is a little and boring]. <https://radiotochka.kz/16432-kazakhstanskiy-serial-malo-i-skuchno.html>

Qadymiyazov, N. (2015). Teleaqqarat kenistigindegi apparattyq qauipsizdik pen apparattyq sogys // «Qazirgi qazaq telezhurnalistikasynyn ozekti maseleleri men damu tendentsiyalary: ulttyq mydde apparattyq qauipsizdik, kәsibi ushqyrylyq» atty respublikalyq dongelek ustel materialdary, Almaty: Qazaq universiteti, 61-62 bb.

Lowe, Greg F. and Nissen, Christian S. (eds). (2011). Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries. Göteborg, Sweden: NORDICOM, University of Gothenburg.

McDermott, Philip (2011). 'Irish Isn't Spoken Here?' Language Policy and Planning in Ireland, *English Today*, 27(2):25-31.

Olzhabaeva, A. (2016). «Translyatsiya reklamy na zarubezhnykh telekanalakh teper' pod zapretom». [Broadcast advertising on foreign TV channels are now banned]. <https://www.ktk.kz/en/news/video/2016/07/01/70568>

Omashev, N. (2015). Tortinshi bilik [The Fourth Power]. «Qazirgi qazaq telezhurnalistikasynyn ozekti maseleleri men damu tendentsiyalary: ulttyq mydde apparattyq qauipsizdik, kәsibi ushqyrylyq» atty respublikalyq dongelek ustel materialdary, Almaty: Qazaq universiteti, 19-20 bb.

O'Regan, T., & Goldsmith, B. (2006). Making Cultural Policy: Meeting Cultural Objectives in a Digital Environment. *Television & New Media*, 7(1), 68-91.

Poluekhtova, I. (2010). Dinamika Rossiyskoi teleauditorii. [Dynamics of the Russian TV audience] «Sotsiologicheskie issledovaniye», № 1, cc. 66-77.

Straubhaar, J. D. (2008). Global, hybrid or multiple? Cultural identities in the age of satellite TV and the Internet. *Nordicom Review*, 29(2), 11–29.

Steinbeck, Dan (1995). *Triumph and Erosion in the American Media and Entertainment Industries*. Praeger.

Thussu, D. (ed). (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*. London: Routledge.

Tunstall, Jeremy (2007). *The Media Were American: U.S. Mass Media in Decline*. Oxford: Oxford University Press.

Chernykh O. (2010). Kraudsorsing kak instrument sovremennogo marketinga [Crowdsourcing as an instrument of modern marketing] // *Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Problemy massovoy kommunikatsii»*. C. 73.

Tsai, A. (2009). Interv'y u s General'nym produserom TOO «Telekompaniya «Era» Mikhailom Dorofeyevym: «I sed'myye stanut tret'imy». [Interview with Mikhail Dorofeev, General Producer of Era TV Company LLP. «And the seventh will be the third»]. <http://expertonline.kz/a3630/>

FTAMP 19.21.11.

Байгожина Д.О.

журналистика және саясаттану факультетінің PhD докторанты, 1-ші курс
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., e-mail: baigozhina777@mail.ru

ТАРИХИ ӨЗГЕРІСТЕРДЕГІ МЕДИАМӘДЕНИЕТ

Автор мақалада медиа мен мәдениеттің үйлесімділігін, қоғамдағы БАҚ мәдениетінің рөлі мен аспектілеріне талдау жасаған. Ақпарат ғасырындағы медиамәдениет қызметі басты феномен ретінде қарастырып, отандық және шетелдік нақты мысалдармен айқындай түскен. Адамдар арасындағы мәдениеттің маңыздылығын ескере отырып, қоғамға мәдениетті медиатеchnологиялар арқылы жеткізудің кемшіліктері мен артықшылықтарын атап өтеді. Медиа кеңістіктегі ұлттық мәдениеттің әрбір мемлекет үшін басты құндылық екенін негізге ала отырып, қоғам санасына ықпал ететін, қоғам қажеттілігін өтейтін немесе психологиялық манипуляция жасайтын, қабілетті сан алуан субъектілері бар ықпалдық күш ретінде талданады. Сондай-ақ, автор шетелдік зерттеушілердің теориялық материалдарын негізге ала отырып, өзіндік қорытынды жасайды. Мәдениеттің этимологиясына сипаттама жасап, мысалдар келтіріледі. Барлық зерттеушілердің тұжырымы сәйкестеніп, мәдениет тарихы тактильді және ауызшадан жазбаша және дыбысты-бейнелілікке дейін коммуникация түрлерінің барлығымен үйлесімді екеніне түсініктеме береді. Әр заманда жаңа мәдениеттің жетекші формаларын қалыптастыратындығын, медиатеchnологиялардың қоғамның қажеттіліктерді тиімді қанағаттандыратындығына талдау жасайды. Яғни утилитарлы функциялардың тұрғысынан, олардың әлеуметтік бағасымен де ең қолайлы болып табылатындығын қарастырады. Бұндай жағдайда әлеуметтік баға коммуникацияға балама болып табылады, өзара түсіністік пен қоғам мүшелерін біріктіру деңгейіне тең келетіндігін сипаттайды.

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

Baigozhina D.O.

journalism and political science faculty PhD doctoral students, 1 year
L.N. Gumilev Eurasian National University
Kazakhstan, Astana, e-mail: baigozhina777@mail.ru

Mediaculture in historical changes

The author analyzes the relationship between media and culture, as well as the role and aspect of mediaculture in society. Relying on national and foreign specific examples, mediaculture in the information age is seen as a key phenomenon. Considering the importance of culture among people, emphasizes the society's shortcomings and the advantages of culture through media technology. Based on the fact that the national culture in the media space is the main value for each state, which, with the help of various actors with influential power, is influenced or manipulated by the psychological consciousness of society. The author also draws conclusions based on the theoretical material of foreign researchers. Describing the etymology of culture, examples are given. According to the findings of all researchers, explains that the history of culture is tactful and clarified with all types of communication, from oral and written to audio. Each epoch forms new forms of culture, analyzing effectively whether media technology suits the needs of society. That is, from the point of view of utilitarian functions, they are considered to be the most suitable for their social value. In this case, social pricing is an alternative to communication, describing the level of mutual understanding and merging of members of society.

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

Байгожина Д.О.

факультет журналистики и политологии, PhD докторант, 1 курс,
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана, e-mail: baigozhina777@mail.ru

Медиакультура в исторических изменениях

Автор анализирует в статье взаимосвязь медиа и культуры, а также роль и аспект медиакультуры в обществе. Приводит национальные и зарубежные конкретные примеры, медиакультура в информационной эпохе рассматривается как ключевой феномен. Учитывая важность культуры среди людей, подчеркивает обществу недостатки и преимущества культуры через медиатеchnологии. Основываясь, что национальная культура в медиaprостранстве является главной ценностью для каждого государства, которое с помощью различных субъектов с большой силой влияет или психологически манипулирует сознанием общества. Автор также делает выводы, основанные на теоретическом материале зарубежных исследователей. Описывая этимологию культуры, приводятся примеры. В соответствии с выводами всех исследователей, дает объяснения, что история культуры тактична и проявлена со всеми типами общения, от устных и письменных до аудио. Каждая эпоха формирует новые формы культуры, анализируя эффективность работы и соответствие медиатеchnологий потребностям общества. То есть, с точки зрения утилитарных функций, они считаются наиболее подходящими для их социальной ценности. В этом случае социальное ценообразование является альтернативой коммуникации, описывая уровень взаимопонимания и слияния членов общества.

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

Кіріспе

Ақпарат – шексіз. Ақпарат – шексіздігі жер бетіндегі пенденің айтқан дәлелді сөзі бұқаралық ақпарат құралдарының көмегімен байланысу жолдары арқылы өзге адамдарға таратылып, әлемдік ақпаратқа айналып, ақпарат шексіздігін құрайды. Әртүрлі бағытта өрбиді. Бүгінгі ақпараттық шексіздік кезеңінде шетелдік берілімдерге есік-терезені кең ашып, сандығымызды актарып тастаудың қажеті шамалы. Мұндағы қауіп – әр ұлттың өзін жоғалтып алмауына, өзгенің қосағында кетпеуі тиіс. Қазіргі жер беті халықтарының бұқаралық ақпарат құралдарынсыз өмір сүре алмайтындығы баршаға аян. Бүгінде бүкіл әлемдегі БАҚ-тың мақсат-мүддесі айқын ғаламат идеологиялық/манипуляциялық күшке айналып барады. Сондықтан БАҚ-тың халықты лезде елітіп, баурап алуға дайын тұрады десек, оның халыққа тигізер әсері қандай екенін саралап беру қиынға соқпайды. Сол рухани өнімдердің сипаты қазіргі адам тәрбиелеу ісіне әсер етіп отыр. Әрине БАҚ-тың халыққа берер жақсысы да, жаманы да бар. Қазақстанның құрылымдық дамуындағы сапалық өзгерістердің бірі – БАҚ-тың дамуы. Бүгінде БАҚ-тың институттану үдерісі тегеуріні жүріп жатыр. Ол аса маңызды көпсалалы, көпқырлы экономикалық-саяси, ақпараттық, мәдени, қоғамды топтастыру және әлеуметтендіру, танымдық және білім берушілік, қоғамдық пікірді қалыптастыру функцияларын атқаратын, демократиялық, азаматтық

әр алуандылықты білдіретін институт ретінде түзілуде деп айтуға толық негіз бар. Сонымен қатар БАҚ – саяси-экономикалық, мәдени тұрақтылықты бекітудің әлеуметтік инновацияның тегеурінді де, қуатты тетігі. Қазақстандағы қазіргі кезеңде өзінің көп мазмұнды және кең ауқымды функциялары арқылы қоғамдық өмірге етене араласатын БАҚ-тың барлық саланы қамтып отыр. Әр қырынан, әр саладан, әр деңгейден көрінеді. Айтарлық, саяси және әлеуметтік, экономикалық-нарықтық, этносаралық, дінаралық қатынастар, білім, денсаулық, тіл саясаты, төтенше жағдайлар, үлесшілер мүддесі, жарнама, сыртқы-ішкі қатынастар – қазақстандық БАҚ назарынан тыс қалған емес.

Негізгі бөлім

БАҚ бағытының бірі – мәдениет. Мәдениеттің рөлі және БАҚ-пен үйлесімділігін талдамас бұрын, мәдениеттің этимологиясына тоқталсақ. Қазақ халқының түсінігінде мәдениет туралы ұғым сонау VII-VIII ғ. Орхон жазба ескерткіштерінен көрініс тапқан. Сол көне ескерткіштерге шексіз далада мүлгіп қалған меңіреу тастарға бүгінде тіл бітірген зерттеушілеріміз, іргелі ел болып қанат жайған түрк халықтарының бақытты ұрпағына тарих шежіресін баян етуде. Жазбада сол кездегі әскери жорықтар, халыққа үндеу, экономикалық жағдай, мәдениеті мен дәстүрлері, ата-тегі жайындағы әңгімелер тасқа қашалып жазылған. Әбу-Насыр әл-Фарабидің 948 жылы

Мысырда жарыққа шыққан «Қайырымды қала тұрғындары» кітабында ішкі-сыртқы саясат, адамдардың бір-біріне деген қайырымдылығы, тәрбие мәселесі, жалпы мәдениеттілікке жету жолдары сипатталған. Ендігі бір туынды – Жүсіп Баласағұнның 1070 жылы жазып бітірген «Құтты білік» туындысы. Әлемдік әдебиет пен мәдениет тарихында «Құтадғұ білік» кітабы өз заманында Ата заң (Конституция) қызметін атқарған, сонымен қатар біртіндеп халықтың ислам дініне келуі, орта ғасыр дәуірінің ғылым, түрлі қоғамдық топқа жататын адамдар арасындағы қатынас, мәдениет, әдептілік мәселелері көтеріледі. Сондай-ақ әлеуметтік мәртебесі әрқилы қоғам мүшелерінің мінез-құлық ережесі, басқарушы мен бағынушы арасындағы қатынас, салауатты/сауатты өмір сүру үшін және қоғамның әдептілік ұстанымдарын сипаттаған. Мұхаммед Хайдар Дулатидің «Тарихи Рашиди» атты кітабында Орталық Азия халықтарының XIII-XVI ғасырлардағы тарихы, этнографиясы мен географиясы, әдебиеті мен мәдениеті жайлы баяндалған классикалық тарихи шығарманың бірі. Яғни, аталған шығармаларды бәрі ортағасырлардағы мұсылман мәдениетінің өркендеу кезеңінде қалыптасқан түсініктермен байланысты. Цицеронның еңбектерінде бұл сөздің мағынасы «жанды жетілдіру» деген ұғымды білдірді. Уақыт келе еуропалық тілдерде мәдениет сөзі «даму», «сыйлау», «қабілеттілік», «сауаттылық» сияқты мағыналарға ие бола бастаған (Борев В., Коваленко А., 1986). Яғни, мәдениет – адамның сауат ашудан бастап, тазалыққа ережелері және өзінің өзгемен қарым-қатынасына дейінгі жасалған іс-әрекеттер. Мәдениет әртүрлі әлеуметтік топтардың, құрылымдардың, ұлттардың, жеке адамдардың өмір сүру жағдайына, талабына байланысты қалыптасады. Неміс философы, мәдениет теоретигі, ағартушы И.Г. Гердер: «Салт-дәстүр – тіл мен мәдениет бастауларының анасы», – деген (Гердер И.Г., 1977). Ақпарат дәуірі аталатын бүгінгі заманда мәдениеттің алар орны ерекше. Дәстүрлі медиа (телеарна, радио, мерзімді басылымдар) мен жаңа медиада (әлеуметтік желілер, блогтар, жаңа технологиялар) мәдениет ерекше рөл атқарады, адамдар арасындағы коммуникациялық мәдениетті қалыптастырады. Осыған байланысты америкалық антрополог, кросс-мәдениет зерттеушісі Э. Холлдың «Culture as Communication» («Культура как коммуникация») атты кітабында: «Мәдениет дегеніміз – коммуникация, коммуникация дегеніміз – мәдениет», – деп тұжырым жасаған (Грушевицкая

Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., 2003). Әлеуметтік-мәдени даму үрдісі тікелей бұқаралық коммуникация арналары арқылы байланысады. Бүгінгі телеарнадағы телебағдарламалар, сөз мәдениеті, экран мәдениеті, жүргізуші мәдениеті көрерменге бейнелік-аудиолық әсер етсе, радионың күші сөз құдіреті мен әуендік мәдениетке байланысты. Тіптен, мерзімді басылымдардың өзінде медиамәдениет сақталуы тиісті, жарияланымдардағы фотосуреттер, фото-репортаждар оқырманның психологиясына әсер ету факторлары мен мәтінге үйлесімділік табуы керек. Қазіргі таңда, жаңа медиадағы мәдениет коммуникация жүйесіндегі жаңа бағыт ретінде зерттеліп жатыр. Мәдениет – қазіргі адамдардың екінші табиғаты, өзін таныстыру факторлары. Мәдениет категориясы – өзін-өзі жүзеге асыратын бағыт, әлеуметтік өзара әрекеттесу мен мінез-құлықтың реттелуі. Кез келген хабарлама сияқты мәдени қарым-қатынаста циклдікке ие: хабарлама жасаушыдан (идея) микротоптарға одан бұқаралық коммуникация құралдары арқылы (мерзімді басылым, фильм, телебағдарлама және т.б.) макротоптарға немесе тұтастай қоғаммен ықпалдасады. Коммуникациялық тәсілді қолдана отырып Ю.М. Лотман мәдениет динамикасы туралы былай жазды: «Бірде-бір мәдениет тілмен ғана қалыптаспайды. Минималды жүйе параллель тілдердің жиынтығын құрайды. Мысалы, ауызша және графикалық». Болашақта мәдениеттің динамикасы семиотикалық коммуникациялардың жиынтығын көбейтуді қамтиды. Коммуникацияның әрекеті бір адамның санасынан келесі адам санасына дейін өздігінен хабар беру ғана емес, сонымен қатар «менің» ойымнан/тілімнің кейбір мәтінінен «сіздің» тілге аудару ретінде қызмет атқарады (Лотман Ю.М., 1998). Ал, В.Ю. Борев және А.К. Коваленко өз жұмыстарында мәдениеттегі бұқаралық қарым-қатынастарды әлеуметтік қажеттіліктермен байланыстыратын объективті тарихи мұра ретінде қарастырады және адамның әлеуметтенуіне және мәдениеттіліктің артуына үлес қосады деп есептейді (Борев В., Коваленко А., 1986, с.115). Заманауи коммуникациялық құралдарын талдау В.И. Михалковичтің «Бұқаралық коммуникация құралдарының көрнекі тілі» кітабында келтірілген. Автордың айтуынша, жаһанданған заманды мықты ақпараттық ағымдарсыз әлемді елестету мүмкін емес, – дейді (Михалкович В., 1986).

Барлық зерттеушілердің тұжырымы сәйкес: мәдениет тарихы тактильді және ауызшадан жазбаша және дыбысты-бейнелілікке дейін коммуникация түрлерінің барлығымен үйле-

сімді. Адамдармен байланыса отырып, коммуникация құралдары бүкіл даму кезеңінде қабылдаушылардың психологиялық қажеттілігін динамикалық түрде іске асыруға тырысты. Кез келген өркениетті қоғам, кез келген дамудың сатысына қарамастан, ойлап шығарған технологиялық әдістер адамға шығармашылық үдерісінде сөйлесуге және эмоцияларын білдіруге деген талпынысын жоққа шығара алмайды. Әр дәуір жаңа мәдениеттің жетекші формаларын қалыптастырады, әр қоғамның қызығушылықтары және қажеттіліктерді тиімді қанағаттандырады, яғни утилитарлы функциялардың тұрғысынан, олардың әлеуметтік бағасымен де ең қолайлы болып табылады. Бұндай жағдайда әлеуметтік баға коммуникацияға балама болып табылады, өзара түсіністік пен қоғам мүшелерін біріктіру деңгейіне тең келеді.

Сонымен қатар, медиамәдениет термині – мәдениеттану теориясындағы заманауи ұғым, ақпараттық қоғамдағы мәдениеттің ерекшелігін, ақпаратпен ықпалдастығын белгілеу үшін енгізілді. Атап өту керек, отандық мәдениеттану және әлеуметтануда «бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ)», «бұқаралық коммуникация құралдары (БКҚ)» сияқты ұғымдар жиі кездеседі, ал батыс зерттеулерінде «масс-медиа» термині қолданылады.

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

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

Канадалық ғалым, публицист Г.М. Маклюэн бүкіл мәдениет тарихын, медиа мен мәдениеттің үйлесімділігін қайта қарастырған, алғашқы медиа теоретиктерінің бірі болып саналады. Ол өзі-

нің зерттеулерін мәдениет саласындағы коммуникация арналарын талдауға арнаған, адамның күнделікті өмірін ақпараттық қоғамдағы, әлемдегі ең жаңа БАҚ арқылы зерттеген. Әртүрлі байланыс құралдарына сілтеме жасау үшін, алғаш рет «медиа» терминін қолданған – Г.М. Маклюэн.

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

Адам қабілеттеріндегі техникалық экстериоризацияны метафора ретінде қабылдады: «Барлық бұқаралық коммуникация – белсенді метафоралар». Өзге метафоралар сияқты, олар әлемді қайта жазады. Медиа тілі, басқа тілдер сияқты бұл – технология. Адамдар кейбір жағдайда құралдардың ықпалын сезіне бермейді, себебі ол әлемге артқы көрініс айнасы арқылы қарайды: жаңа құралдар ескі құралдардың жалғасы ретінде қабылданады (Маклюэн М., 2003).

Медиа туралы, медианың өзге салалармен ықпалдасу туралы С. Жижектің зерттеулерінен көруге болады. С. Жижек медианы түрлі мысалдарда зерттейді. «Киберкөрініс немесе күнделікті төзгіссіз жабықтық» атты мақаласында ол виртуалды шындық туралы жазады, қазіргі заманауи мәдениетті жалпы медиатизация контекстінде қарастырады. Медиамәдениеттің ықпалына түскен адам, өзінде жаңа медианың өнімі болады, – деп тұжырымдайды. Медиатизацияланған денеде санада өзгереді. Медиатизация терминін түсіндіруде С. Жижек «The Art of motor»: «Медиатизация тұжырымының қажетті түсінік» атты жұмыстағы Пола Вирильоның теориясын қолданады. Бастапқыда бұл тұжырымдама тақырыпты шешуге тікелей және дереу құқығынан айырылған қимылдың пайда болуын білдіреді. Саяси медиатизацияны Наполеонның әрекеттерінен көруге болады, ол жаулап алынған монархтарда биліктің көрінісін қалдырды, алайда олардың мүлдем билікпен қолдануда мүмкіндігі болмаса да (Жижек С., 1998).

Нәтиже

Медиа – БАҚ-тың және бұқаралық коммуникацияның жай ғана жүйесі емес. Бұл кез келген мемлекеттің басты қолдауына айналатын мәдени-ақпараттық монополиялар жүйесі – өте нақты және беделді «матрицаны» жасырып жатқан өте белгісіз тұжырым. Бүгінгі медиамәдениет ақпараттық ағынның қарқындылығымен қоғамды тәрбиелейтін ұғым (бірінші кезекте, аудио-визуалды: теледидар, кино, бейне, компьютерлік графика, Интернетке шығу). Бұл адамның әлеуметтік, моральдық, психологиялық, көркемдік, интеллектуалды аспектілерінде қоршаған әлемді түсіну құралы. Осы айтылғандарға сүйене отырып, біз бұл құбылысқа келесідей анықтама беруге құқылымыз: «Медиамәдениет – бұл қоғамдық сананың қалыптасуына және жеке тұлғаны әлеуметтендіруге ықпал ететін мәдени және тарихи даму барысында жұмыс істеген ақпараттық-коммуникативтік құралдар жинағы». Медианың барлық түрлері (аудиовизуалды, баспа, көрнекі, аудиовизуалды) ақпаратты тарату мәдениетін және оны қабылдау мәдениетін қамтиды; медиамәдениет – бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәтіндерді талдауға және бағалауға, бұқаралық ақпарат құралдарының шығармашылығымен айналысуға, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жаңа білімдерді игеруге қабілетті тұлғаны дамытудың деңгейлік жүйесі ретінде жұмыс істей алады. Бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы өркениеттің эволюциясы тұрғысынан табиғи болып табылатын, тарихи тұрғыдан реттелетін процесс екенін есте ұстаған жөн.

Ақпараттық-семиотикалық тұрғыдан алғанда медиамәдениет үш негізгі аспектілерді білдіреді: артефактар жүйесі ретінде (латынның *arte* – жасанды және *factus* – жасалынған), символдар мен белгілер жүйесі. Ал, Ю.М. Лотман коммуникацияның мақсатына қызмет ететін барлық жүйе, тіл ретінде анықтама беруі мүмкін деп тұжырымдайды. Ю. Лотман өнер туындысындағы тілді зерттеудегі лингвистика әдістерін қолдана отырып, кез келген мәдени құбылысты мазмұнында ақпарат және мағынасы бар мәтіндер ретінде дәлелдеді (Лотман Ю.М., 1998, с.19). Ю.М. Лотманның көзқарасы бойынша «мәтін» – заманауи медиамәдениет тұрғысынан тек ғана жазбаша хабарламаларды білдірмейді (кітап, газет немесе журналды мақала), кез келген ақпарат тасымалдаушы, – деп тұжырымдайды. Мысалға, кино, теле немесе бейнефильм, телебағдарлама немесе бейнебаян, Интернет сайт және т.б.

Медиамәтін жаппай коммуникацияның барлық жүйесі сияқты өзіндік эволюциялық тарихы бар. Мысалы, М.Маклюеннің адамзат өркениетінің тарихында нышандары бар, демек медиамәдениеттің тарихы да төрт кезеңді ерекшелейді: 1) жазуға дейінгі варварлық кезең; 2) фонетикалық жазудың мыңжылдығы; 3) Губенберг галактикасы – бес жүз жылдық баспа техникасы; 4) Маркони галактикасы – қазіргі заманғы электрондық өркениет. Бесінші пункт ретінде М. Кастельстің «Интернет галактикасын» қабылдауға болады. Сонымен, медиамәдениеттің спецификасы – белгілер және белгілердің жиынтығы («мәтіндер»), онда әлеуметтік ақпарат «шифрланған», яғни мазмұны, мағынасы, ойы енгізілген. Бұдан тұжырымдайтынымыз, мәдениеттің осы немесе басқа феноменін түсіну – оның көзге көрінбейтін субъективті мағынасын «оқып беруді» білдіреді. Тек қоғамның мінез-құлқын, өркениетін білдіретін маңызды мәтін мәдениет фактісі болып табылады. Егер жазу мәдениетінде негізгі жүйелі белгілері ретінде әріп және сөз болса, аудиовизуалды мәдениеттің алғашқы кірпіші кадр қабылданады. Кадрлық мәдениетті фотографиялық, кинематографиялық және телевизиялық формамен ажыратуға болады. Фотографиялық мәдениет шынайы оқиғаның дереу әсерін беретін фотокамераны қолданумен байланысты. Кинематографиялық кадр мәдениеті «монтаж ұяшығы» ретінде пайдаланады, бұл оқиғаның тікелей әсерін жеткізіп қана қоймай, оның мағынасын ашуға мүмкіндік береді. Теледидарлық кадр мәдениеті оқиғалармен байланыстырады, онда көрермен тікелей «оқиғалардың ағынына» қосылысады.

Ойтолқы

Кино кадрдың бейнелік әлеуетін түсіну, монтаждың элементі ғана емес, оның жасушалары ретінде қарастыру керек (С. Эйзенштейн). Кейіннен бұл шындықтың жаңа көрінісіне барынша сәйкес келетін, лезде түсірілім эстетикасын қолдану арқылы таратылатын бейнелі ойлаудың жаңа әдісін қалыптастыруға әкелді. Кадрдың әмбебап тілдік мүмкіндіктерін пайдалана отырып, өнер мен ғылым аясын, беллетристика және «ағымдағы тарих» аясын, шығармашылық және бұқаралық қарым-қатынас аясын түйістіре аласыз, – деп тұжырымдайды Г.К. Пондопуло (Пондопуло Г.К., 1983).

Фотосуреттің жалпы тілдік белгілері, кино мен телеарнада өзінің бастапқы кірпіші кадрдың әмбебаптығымен ғана емес, оқиғалығымен

маңызды. Әрине, кадрдың әмбебаптық белгісі фото, кино, телеарналық шығармашылықта кеңінен пайдаланып, көркемдік бейнелеу ерекшеліктері, драмалық көрініс, бейнелі әңгіме элементі де қолданылады. Бұл процесс оқиғалық деп айқындалады, медиамәдениетті дәстүрлі, классикалық мәдениеттен ерекшелендіреді. Медиамәдениет тұтастай мәдениет сияқты функционалдық құбылыс. Бұл әлеуметтік жүйеде ерекше рөл атқаратындығын білдіреді. Мәдениет функциясының классификациялануы көптеген әлеуметтанушылар, философтар, мәдениеттанушылардың көптеген еңбектерінде сипатталды. Қазіргі кезде бұқаралық ақпарат құралдары мәдениетті сипаттайтын, әлеуметтік жаңғыруда маңызды факторға айналды. *Ақпараттық функциясы.* Бастапқы функциялардың бірі – ақпараттық функция, өйткені бұқаралық ақпарат құралдары ақпараттық процестің ерекше түрі. Медиамәдениет ақпараттық-коммуникациялық құралдар жиынтығы болғандықтан, біз мәдениетті тасымалдаушы болып табылатын әлеуметтік ақпаратпен айналысуымыз керек. Қоғамдағы медиамәдениеттің ықпалымен әлеуметтік ақпараттың жинақталуы мен көбеюі мүмкін болады. Ю.М. Лотманның айтуынша, қоғамның генетикалық естелігін сақтау немесе «мәдениет бұл – естелік» (Лотман Ю.М., 1994). Медиамәдениеттің ақпараттық функциясының рөлі соңғы онжылдықта компьютерлік техниканың арқасында күшейе түсті, заманауи медиамәдениет қоғамды ақпараттандырудың кепілі болып табылады. Сондай-ақ, медиамәдениеттің ақпараттық компонентін семиотикалық байланыстан тыс елестету қиын, бұдан келесі анықтаманы тұжырымдауға болады: медиамәдениет – адамдардың және символдық белгілер (құралдардың) ықпалымен сақталынған және жинақталатын әлеуметтік ақпарат (Кармин А.С., 2001). *Коммуникативті функция.* Бұл функцияны зерттеушілер ақпаратпен тығыз байланыстырады. Медиамәдениеттегі коммуникациялық функцияның мәні: билік пен қоғам, түрлі мемлекеттер, халықтар, әлеуметтік топтар, мүмкіндігі шектеулі адамдар және т.б. арасында қарым-қатынас әрекеті. Бұл диалогтық мәдениеттердің күшті катализаторы ретінде әрекет етуге мүмкіндік беретін бұқаралық ақпарат құралдарының коммуникативтік функциясы, соның арқасында тарихи-философиялық және тарихи-әдеби тұрғыда мәдени ақпарат алмасып, әлеуметтік прогресті күшейтеді. Коммуникацияның формалары мен тәсілдерінің дамуы, адамзаттың мәдени қызметіндегі ең маңызды

аспекті. Оның дамуымен қоғам түрлі ақпаратпен алмасуға кең мүмкіндіктер ие болды, бастапқы барабан сигналдарынан заманауи спутниктік телевидение және компьютерден ақпараттандырылады. Баспа (жазбаша) мәдениет адамдарға ғасырлар мен қашықтықты еңсеріп, уақыт пен кеңістікте қарым-қатынас жасауға мүмкіндік береді. Бүгінгі күні медиамәдениеттің ғылыми және күнделікті қарым-қатынаста кең таралған түрі – бұқаралық коммуникация құралдары (БҚК). Бұқаралық коммуникация құралдары – баспа, визуалды және аудиовизуальды БАҚ-тардың кең ауқымды жүйесін қамтитын ұғым. Бұқаралық коммуникацияның дамуындағы қуатты фактор – кез келген ақпаратты компьютерлік және интернет желілерімен байланысуын қамтамасыз ету. Қазіргі жағдайдағы парадокс бұқаралық ақпарат құралдары арқылы қарым-қатынас массасының үлкендігі, әлеуметтік-мәдени және психологиялық мәселелердегі байланыстың болмауы. *Креативтік функция.* Медиамәдениеттің тағы бір іргелі функциясы – әлемді, қоршаған ортаны, мекендеу ортасын дамыту және трансформациялау. Бұқаралық коммуникация құралдары арқылы алынған ақпараттың көмегімен адам өзінің әлем туралы білімдерін кеңейтеді, оны әртүрлі көзқарастардан: философиялық, моральдық, экономикалық, эстетикалық, заңды және т.б. түсінеді; сондай-ақ қызығушылығы, айналасындағы әлемде өзін білуге деген ұмтылысы, табиғат пен адам өмірінің құпиясына ену. Медиамәдениет жеке тұлғаның «тікелей тәжірибесі» шекарасын кеңейтіп, идеологиялық көзқарастарға және жеке тұлғаны қалыптастыруға әсер етеді. Медиамәдениеттің шығармашылық қызметі адамға қазіргі өмірде, қоршаған ортаға бейімделуге, көптеген сұрақтарға жауап алуға, түрлі қарама-қайшылықтар мен катаклизмдерге дайын болуға мүмкіндік береді. Бұл үдеріс оқыту мен тәрбиеге ғана емес, сонымен бірге медитацияға, өйткені ол адамның өзіндік сезімін қалыптастыруға, оның өмір сүруіне және жасалуына қалыптасуына ықпал етеді. *Аралық (делдалдық) функция.* Әлеуметтік құрылымдар арасындағы байланыс орнатуда медиамәдениеттің әлеуметтік делдал ретінде рөлі зор. Бұл тұрғыда медиамәдениет қоғамды басқару құралы ретінде ерекше маңызға ие. Рейн газетінің редакциялаған К. Маркс әлі де мемлекет құрылымы мен билеушілер арасында өтетін «үшінші элемент» ретінде баспасөздің маңыздылығына назар аударды. Оның пікірінше, екеуі де (билік пен қоғам) «еркін баспасөзде» пайда болған мәселелерді бірдей шешу керек, «мем-

лекет азаматының басшысы және азаматтық жүрекпен» деген пікір білдірген (Маркс К., Энгельс Ф., 1978). Осыған байланысты БАҚ өкілдері бұрынғы үш заң шығарушы, атқарушы және сот сияқты қуатты функциялары бар «төртінші билік» болып табылады. Жер шарының барлық бұрыштарындағы адамдарға ақпараттың әсері туралы Э. Тоффлер «Билік метаморфозасында» (Тоффлер Э., 2003) атты еңбегінде сипаттаған.

Қорытынды

Медиамәдениет мәдениеттің басқа түрлеріне қарағанда әлеуметтік-басқарушылық функциясын орындайды. С.М. Гуревичтің пікірімен келісуге болатын шығар, «бұқаралық ақпарат құралдары тек билікті емес, өте маңызды, қоғамдық пікірді білдіретін және нақты билікке әсер ететін, тіпті мүмкіндіктерін шектейтін», – деп мәлімдейді (Гуревич С.М., 2004). Бұл жердегі тұжырым: медиамәдениет – қоғам мен мемлекет арасындағы, қоғам мен билік арасындағы делдал. Бұқаралық ақпарат құралдарының делдалдық функциясы де-

мократия мен плюрализм, саяси еркіндік және жариялылық қағидаттарына негізделген азаматтық қоғамды қалыптастыру кезінде күшейтіледі. Медиамәдениетті модернизм дәуірінің феномені ретінде қарастыра отырып, медиамәдениет техникалық революция мен қазіргі заман мәдениетінің синтезі болып табылады. Индустриалды қоғамдағы медиаинновация құралдарының арасында «бұқаралық» баспасөз, фотосурет, телеграф, радио, кино ерекшеленеді. XX ғасырдағы бұқаралық мәдениет тек әлеуметтік модернизация факторы ғана емес, сонымен қатар мифтік шығармашылықтың негізі. Бұл үдеріс тоталитарлық идеологияларда коммунистік және фашистік тепе-теңдік кезеңінде айқын көрінеді. Миф тарихи-саяси билік құралы бола отырып, баспасөз, кинематография, телевизия мифологиясын құрайды. Медиамәдениет – тарихи даму процесінде адамзат әзірлеген ақпараттық және коммуникациялық құралдардың мәдени ақпараттық жиынтығы; бұқаралық ақпарат құралдарында материалдық және интеллектуалды құндылықтардың үйлесімі, қоғамның қалыптасуы үшін тарихи негізделген жүйе.

Әдебиеттер

- Борев В., Коваленко А. (1986). Культура и массовая коммуникация. – М.: Наука. – с.301, стр. 215.
 Гердер И.Г. (1977). Идеи к философии истории человечества. – Москва. – С.703, стр. 252.
 Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. (2003). Основы межкультурной коммуникации. – М.: Юнити Дана. – С. 253, стр. 54.
 Гуревич С.М. (2004). Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс. – С. 288, стр.13.
 Жижек С. (1998). Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия. // Искусство кино, № 1. – С. 125.
 Кармин А.С. (2001). Культурология. – СПб.: Лань. – С. 464, стр. 24.
 Лотман Ю.М. (1998). Об искусстве. – СПб.: Искусство. – С. 653, стр.115
 Лотман Ю.М. (1994). Беседы о русской культуре. – СПб., – С. 496, стр. 8.
 Маркс К., Энгельс Ф. (1978). Сочинения, Том 1. – С. 415, стр. 206.
 Михалкович В. (1986). Изобразительный язык средств массовой коммуникации. – М.: Наука. – С. 222, стр. 3.
 Маклюэн М. (2003). Понимание медиа: внешние расширения человека. – М. – Жуковский: Канон-пресс-Ц. – С. 464, стр. 356
 Пондопуло Г.К. (1983). О взаимодействии художественных, научных и технических моментов в фото, кино и телевизионном творчестве // Философско-эстетические проблемы киноискусства. – М., с. 199, стр. 95.
 Тоффлер Э. (2003). Метаморфозы власти. – М.: издательство АСТ. – с. 669, стр. 358

References

- Borev V., Kovalenko A. (1986) Kul'tura i massovaya kommunikatsiya [Culture and mass communication]. – Moscow.: Science, vol. 301, p.215.
 Gerder I.G. (1977) Idei k filosofii istorii sheloveshestva [Ideas for the philosophy of the history of mankind] – Moscow.: Science, vol. 703, p. 252.
 Gruweviskaya T.G., Popkov B.D., Sadohin A.P. (2003) Osnovyi mejkul'turnoy kommunikatsyi: ushebnik dlya vuzov [Basics of Intercultural Communication] – Moscow.: Unity-Dana, vol. 253, p. 54.
 Gurevish S.M. Gazeta: vshera, segodnya, zavtra (2004). – Moscow.: Aspect press, vol c. 288, p.13.
 Karmin A.S. (2001) Kul'turologiya [Culturology] – SPb, Lan', vol. 464, p. 24.
 Lotman U.M. (1998) Ob isskustve [About art]. – SPb.: Art, vol. 653, p. 115.
 Lotman U.M. (1994) Besedi o russkoi kul'ture [Conversations about Russian culture] – SPb., vol. 496, p. 8.

- Marks K., Engel's F. (1978), Soshineniya [Compositions], part 1, vol. 415, p. 206.
- Mihalkovich B. (1986) Izbiratel'nyi yazik sredstv massovoi kommunikatsii [Fine language of mass communication]. – Moscow.: Science, vol. 222, p.3.
- Maklue M. (2003) Ponymanie media: vneshnye rasshirenie sheloveka [Media Understanding: external extensions of a person.] – Moscow.: Jukovskii: Canon-press-C, vol. 464, p. 356.
- Jijek S. (1998) Kiberprostranstvo, ili Nevinosimaya zamknutost' bitiya [Cyberspace, or the Intolerable Closedness of Being] // Art of cinema, № 1. – p. 125.
- Pondopulo G.K. (1983) O vzaimodeystvii hudozhestvennykh, nauchnykh i tekhnicheskikh momentov v foto, kino i televizionnom tvorstve [On the interaction of artistic, scientific and technical moments in photography, film and television creativity] // Philosophical and aesthetic problems of motion picture art. – Moscow, vol. 199, p. 95.
- Toffler E. (2003) Metamorfozi vlasti [Metamorphoses of power] – Moscow.: publishing AST, vol. 669, p. 358

Акынбекова А.Б.

PhD докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
журналистика факультеті, Қазақстан, Алматы қ.
e-mail: Akunbek75@gmail.com

«ҚЫЗЫЛ ҚАЗАҚСТАН» ЖУРНАЛЫНДАҒЫ АШАРШЫЛЫҚ ТАҚЫРЫБЫ

Мақала 1921-1922 жж. Қазақстанда болған ашаршылық мәселесіне арналған. Автор аштық мәселесін «Қызыл Қазақстан» журналында жарық көрген мақалалар арқылы зерттейді. Онда журналдың шығу тарихы, таралымы, қызмет еткен редакторлары жайлы да сөз болады. Автор мұрағат құжаттары, сирек қор материалдары мен мерзімді баспасөз және ғылыми зерттеулерге сүйене отырып, ашаршылықтың себептері мен зардаптарын көрсетеді. Қазақстан республикасындағы аштықты ауыздықтаудағы ұлт зиялыларының қызметін айқындайды. Ашаршылықпен күрес барысында жүргізген іс-шаралардың нәтижелерін нақтылайды. Оқырмандарға салыстырып отыру үшін мақалада журнал бетінде жарияланған аштық ауданының көлемдері кесте түрінде беріледі. Кесте бойынша берілген мәліметтерде 1921-1922 жылдардағы аштық пен індетке ұшырағандардың тізімге іліккендер мөлшері оның ішіндегі сандар өлгендердің есебін көрсетеді. Автор ғылыми мақаласында келтірілген бұл мәліметтерді «Қызыл Қазақстан» журналының 1922 жылы шыққан сандарынан алып, төте жазудан кирилл қарпіне аударып, оқырмандарға аштық кезеңнің деректік негізін ұсынып отыр.

Түйін сөздер: Қызыл Қазақстан, ашаршылық, жұт, губерния, астық, індет, егіншілік, жәрдем.

Akynbekova A.B.

PhD doctoral student, al-Farabi Kazakh National University,
Faculty of Journalism, Kazakhstan, Almaty, e-mail: Akunbek75@gmail.com

The Theme of Hunger in the Journal “Kyzyl Kazakhstan”

The article deals with the problem of hunger in Kazakhstan in 1921-1922 years. The author studies the problem of hunger through articles, published in the journal “Kyzyl Kazakhstan”. It also tells about the history and editors of the magazine. The author indicates the causes and consequences of hunger, based on archival documents, in the materials of a rare fund, periodicals and scientific research. The author determines the activity of the national intelligentsia during hunger in the Republic of Kazakhstan. It explains the results of measures taken in the fight against hunger. The article presents the table of the spread of hunger by regions, published on the pages of the magazine for comparison by readers. According to the data table in 1921-22, the number of victims of hunger is represented. In a scientific article, the author used information from the magazine “Kyzyl Kazakhstan”, published in 1922, translated into the script “Cyrillic alphabet”, and brought to the attention of readers the history of the tragic event – the famine in the Kazakh steppes.

Key words: Kyzyl Kazakhstan, hunger, drought, province, epidemic, agriculture, assistance.

Акынбекова А.Б.

PhD докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
факультет журналистики, Казахстан, г. Алматы
e-mail: Akunbek75@gmail.com

Тема голода в журнале «Кызыл Казакстан»

Статья посвящена проблеме голода в Казахстане в 1921-1922 годах. Автор изучает тему на примере статей, опубликованных в журнале «Кызыл Казакстан», рассказывает об истории

и редакторах журнала. Раскрывает причины и последствия голода, основываясь на архивных документах, материалах редкого фонда, периодической печати и научных исследованиях. Особое внимание уделяется деятельности национальной интеллигенции во время голода в Республике Казахстан; разъясняются результаты мер, принятых в борьбе с голодом.

В статье представлена таблица распространения голода по областям, опубликованная на страницах журнала для сопоставления читателями, где зафиксировано количество жертв голода. В научной статье автор использовал сведения из журнала «Кызыл Қазақстан», вышедшего в 1922 году, представил вниманию читателей историю трагического события – голода в казахских степях.

Ключевые слова: Кызыл Казакстан, голод, засуха, губерния, эпидемия, сельское хозяйство, помощь.

Кіріспе

Тарих беттерін парактап, салыстырмалы түрде қарайтын болсақ, 1921 жылы Қазақстанда ғана емес, Ресейдің орталық аймақтарында да азық-түлік жетіспеушілігі сезіліп, үлкен империяның жалауының астына кіретін біраз халық аштықтың зардаптарын тартқаны рас. Бірақ дәл қазақ еліндегідей қырғынға ұшыраған ешқайсысы жоқ.

«Кызыл Қазақстан» журналының материалдарын талдамас бұрын ең алдымен ашаршылыққа себеп болған жағдайларға қысқаша тоқтала кетсек.

Азамат соғысы аяқталғаннан кейін Кеңестер елін тағы бір ауыр сынақ күтіп тұрды. 1921-1922 жылдардағы ұзаққа созылған қарсыз қыс, жауынсыз жазға ұласқан кез болған. Қыста қардың, көктем мен жазда жауынның болмауы қатты құрғақшылықты, оның салдары ашаршылық нәубетін әкеледі. 1921 жылдың жазында ол елдің көптеген өңірлерін, әсіресе Еділ бойы аудандарын жайлады. 1921 жылдың күзіне қарай бүкіл ел бойынша 20 млн астам адам аштыққа ұшыраған екен.

Мұндай ашаршылыққа байланысты РК(б)П Орталық Комитеті 1921 жылғы 17 шілдеде партияның барлық мүшелеріне арнайы үндеу жолдаған. «Ашаршылық, – делінді үндеуде, – тек құрғақшылықтың нәтижесі емес, оның себебі аграрлық сектордың артта қалуында, ауыл шаруашылық білімі деңгейінің төмендігінде, ауыспалы егіс нысандарының ескілігінде, бұл және соғыс пен әскери қоршаудың, сондай-ақ помещиктер мен капиталистердің және олардың итаршыларының бізге қарсы күресінің бәсеңсімей отырғанының да салдары» (<http://www.aktobegazeti.kz>.) Партия құжаттарында көрсетілген себептермен бірге, жаппай ашаршылық халық шаруашылығына, әсіресе ауыл шаруашылығы саласына қатты соққы болып тиген.

Негізгі бөлім

Тарихшы Т. Омарбеков Қазақстандағы бұл ашаршылықтың шығуына ауа-райының қолайсыздығы емес, азамат соғысының тұтануынан шаруашылықтың күйзелуі, яғни большевиктердің біржақты саясат жүргізуінен деп тұжырымдаған (Омарбеков Т., 1997). Ал тарихшы Манаш Қозыбаев 1921-22 жылдардағы аштық турасында: «1921-1922 жылдардағы аштық қазақтарды демографиялық апатқа әкелді. 1922 жылдың наурызында Қазақстанның батыс және солтүстік аймақтарында 2 миллион 350 мың адам аштыққа ұшырады, олардың көбі өлді. Үкімет тарапынан көрсетілген көмек тек қала тұрғындарына жетті, сол уақытта онда қазақтардың екі-ақ проценті орныққан еді, дені ауылдарда болатын», – дей келе, осы жағдайды орталық билік дер кезінде көріп, оған мән бере білмегендігін айтады. Сонымен қатар оның көрсетуінше, Орталықтан келген азық-түлік жинаушы Ф.Э. Дзержинскийдің отрядтары Түркістан өлкесі, Ақмола, Семей губернияларындағы еңбекшілердің қолындағы астықты артық деген желеумен күшпен алып кеткен екен (Қозыбаев М., 1998). Зерттеушілердің аштық турасындағы пайымдауына толықтай қосылуға болады. Не дегенімен де сондай қиын заманда ұлт зиялылары бас көтеріп, халықты ашаршылықтан алып қалудың жолдарын іздестіріп, барынша жұмыла кіріседі.

1921 жылғы ашаршылық тұсында «Аштарға көмек» комиссиясы құрылады. Қазақ ұлтын сақтап қалудың бірден-бір жолы ашаршылыққа қарсы күрес қозғалысы екенін түсінген Міржақып Дулатов бастаған Семейдегі алаш азаматтары бұл науқанға шұғыл кірісіп кетеді. Ашаршылыққа қарсы күрестің ресми емес ұйымдастырушысы міндетін Жүсіпбек Аймауытов атқарады. Алаш қаламгерлері сол уақыттың ащы шындығын, баспасөз беттері арқылы насихаттай бастайды. Кейіннен осы еңбектері үшін жала жабылып, жауапқа тартылатындарын да білеміз.

Жүсіпбек Аймауытовтың тергеу барысындағы соңғы сөздері сол кездегі кеңес «Адамзаттық, адамшылық жүзінен қаралса, бір кісі аштарға жан салып қызмет көрсетсе – мендей-ақ көрсетер еді деп шүкіршілік етемін. Мүмкін, менің еткен еңбегім себеп болып, ондаған, жүздеген аштар ажалдан аман қалған болар, қалмады деп Торғай елі айта алмас. Еңбегім – салауат, ниетім – арам,

жүрегім – қара, қазаққа – зиянды адам болып табылсам, бұ да бір уақыт шығар. Жазаға мойнымды ұсынамын, аштар үшін мен-ақ құрбан болайын. Елімнің заңына көнемін», (Жұртбай Т., 2008) деген жүректен шыққан сөзі кеңес өкіметінің жазалау саясатының бетін қайтармайды.

Оқырмандарға салыстырып отыру үшін кесте түрінде берейік. (1-кесте).

1-кесте

1921 жылдың наурыз айының соңындағы мәліметтер			
Губерниялар	Тұрғындардың жалпы саны	Аштыққа ұшырағандар	Проценті
1. Орынбор	680.271	526.401	80.3
2. Қостанай	1455.598	414.350	74.05
3. Ақтөбе	501.637	361.049	72.0
4. Орал	470.028	446.536	99.0
5. Бөкей	224.028	66.255	29.5
6. Ақмола	1 млн. 021. 164 4	72.000	46.2
Жиыны	3 млн. 353.228	2 млн.286.591	68.2

Екінші кесте бойынша 1921-1922 жылдардағы аштық пен індетке ұшырағандардың (мың есе-

бімен) тізімге іліккендер мөлшері (жақшаның ішіндегі сан – өлгендердің есебін көрсетеді).

2-кесте

Айлары	Орынбор	Орал	Ақтөбе	Ақмола
1921 жыл. Қараша Желтоқсан 1922 жыл.	3044 (210.7) 2.835 (2.022)	112.(39) 947 (481)	1112 (1.010) 749 (1.642)	250 (172) 224 (184)
Қаңтар	2.241 (1.908)	813 (503)	1.050 (981)	438 (350)
Ақпан	770.3 (625)	850 (545)	1.438 (138.9)	105.0 (730)
Наурыз	520.1 (378.5)	868 (428)	712 (602)	103.1 (150.9)
Көкей	433.3 (340.1)	712 (472)	630 (530)	226.0 (149.1)
Мамыр	347.9 (270.0)	536 (418)	548 (474)	704 (502)
Маусым	682 (376)	338 (57)	505 (430)	57 (17)
Жиыны	2.957.8(2.253.5)	5.178 (3.003)	7804 (70.58)	6659 (4955)

Екі кестенің де соңында да: «Бұл толық емес. Аштардың да өлгендердің де саны бұдан әлдеқайда көп», – деп ескерту берілген (Жұртбай Т., 2008). Осыдан-ақ, бұл ашаршылықтың қандай көлемде болғандығын болжап білуге болады.

Ойталқы

Жаңа экономикалық саясатқа көшу кезеңінде қазақтың басынан өткен аштық туралы қазақтың баспасөзі не жазған екен? Халықты аштық меңдеген заманда да де газет-журнал жұмысымен

айналысқан азаматтардың редакторлық қыры мен ерекшеліктері қандай болған? «Қызыл Қазақстан» журналындағы мақалаларды талдамас бұрын журналдың өзіне қысқаша тоқталып өткенді жөн көрдік.

«Қызыл Қазақстан» журналы 1921 жылы 15 сентябрьде РГП(б)-ның Қазақ облыстық комитетінің органы «Қызыл Қазақстан» журналы айына екі рет шыға бастады. Шығарушы: Кирревкомның үгіт-насихат бөлімі. Қол қойған: Редколегия. Ол жалпы қоғамдық-саяси

шаруашылық және мәдениет мәселелерін қамтитын журналы болды.

«Негізгі мақсаты қазақ еңбекшілеріне Совет өкіметінің мәнін, коммунистік партияның саясатын, құрлысын, әшкі жұмыс тәртібін ұғындыру, жұртқа интернационалдық тәрбие беру болды. Осы ниетпен журнал «Жалпы саясат», «Сыртқы хабарлар», «Ішкі хабарлар», «Үкімет істері», «Елден», «Жастар», «Әдебиет» бөлімдерін жүргізді, 20-жылдардың бірінші жартысында оған Е. Алдоңғаров, А. Асылбеков, Н.Нұрмақов, С. Сәдуақасов, О. Жандосов, Ә. Байдилдиндар редакторлық етті» деп журналдың негізгі мақсаты мен бөлімдерін, шығарушы редакторларын атап өткен (Қожакеев Т., 1991). Негізінен журналдың түпнұсқасын қолымызға ұстап қараған кезде онда – Жалпы бөлім, Санитария, Аштық, Әдеби бөлім, Жастар бөлімі, Әйелдер бөлімі, Партия өмірі, Хроника, Аштықпен күресу, Ресми бөлімдері болғанын көрдік. «Қызыл Қазақстан» журналының редакторы Абдолла Асылбековқа «Ұлтшыл фашист», «халық жауы» деген жала жабылған. Алайда, Абдолла Асылбековтың «Қызыл Қазақстан» журналындағы редакторлық қызметін атап өтпеуге болмас. А. Асылбеков туралы қазақ журналистикасының тарихын зерттеген ғалым Т. Қожакеев «Жыл құстары» еңбегінің екінші тарауының «Алғашқы журналистер» бөлімінде «Тумысынан большевик» деп ерекше тоқталған. «Батыр да бір оқтық». «Ұлтшыл фашист», «халық жауы» деген жалған, саяси айыптармен А. Асылбеков те 1938 жылы атылған. Енді осы жаламен қара таңба басылған азаматтың өмір жолына, революция жеңісіне сіңірген еңбегіне, сол жолдағы көрген қорлық, тартқан азабына, сөйлеген жалынды сөз, жазған пікірлеріне құлақ қойыңыздар» (Қожакеев Т., 1991) деп Абдолла Асылбековтың азаматтығы мен қаламгерлік қызметі жайында жазған. Зерттеуші-ғалым, А. Асылбековтың өмір жолын зерттеп-зерделеу барысында оны қалайша «халық жауы», «ұлтшыл фашист» деді екен деген таңданысын да жасырмайды.

Қазақ журналдарын зерттеу барысында XX ғасырдың басын алып отырғандықтан журналдың 1925 жылға дейінгі аралығын қарастырып отырмын. «Қызыл Қазақстан» басылымының 1921-1925 жылдарында 48 нөмірі жарық көреді. Қағаз, қаржы тапшылығынан кейде оның 3-4 нөмірі біріктіріліп шығады (Бекқожин Х., 1981). Журнал алғаш 2000 тиражбен шығарылып, губерниялық, уездік, аймақтық саяси-ағарту үйлеріне, болыстық клуб, ауылдық қызыл отау, кітапханаларға, мектептерге тегін

жіберіліп тұрған. Кейінірек дүние қымбаттап, оны ақылы етіп, халыққа сүйенбесе болмайтын заман туады. 1923 жылы наурыз айында А. Асылбеков Ақмола, Семей жағына барып, журналдың 1600 данасын таратып қайтқан. Мұнан соң журналға «Әр азамат ескеру керек» деген материал жарияланды. Онда «Қарағанды қазақ кедейлерінің көзі ашылып, өз теңдігіне ие болып, дүниеден хабардар болуы үшін газет-журнал алдырып оқу керек. Үкімет пен ел арасында қатынас беріп тұратын байлам – баспасөз... газет-журнал оқымай көз ашылмайды. Өзінің кім екенін, дүниенің жалпы не жайда, не күйде екенін білмейді. Екі құлағы тығулы, көздері жұмулы, ессіз меңіреу адам сықылды... олардан хабарсыз тұру жансыз денемен бір есеп» деп жазған. Жайшылықта бір-бірінен қонақасы есебінде жеп кететін бір тоқтының пұлынан тартынбай, әрбір ел адамы «Қызыл Қазақстанды» алдыртып тұруы міндет. «Ел еңбекшілері, газет, журналды оқы. Дүниеден хабарсыз тұрма!» – деп оқырмандарына газет-журнал оқып тұруын өтініп, оның пайдасын да ескертті.

1925 жылдары журналға С. Сәдуақасұлы редакторлық еткен екен. Архив қойнауынан табылған «Қызыл Қазақстан журналының сарғайған тігінділерінен С. Сәдуақасұлының осы басылымға 1924 жылдың қараша айы мен 1925 жылдың шілдесі аралығында редакторлық еткендігі мәлім болып отыр (Қамзабекұлы Д., 2009). Сирек қордың журнал тігінділеріндегі С. Сәдуақасұлының редакторлық қызметі «Қызыл Қазақстан» журналында 1924 жылдың №11, №12; 1925 жылдың №1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 – сандарынан кездестіреміз. С. Сәдуақасұлы осы жылдар ішінде ұлтқа, қазақ еліне, жеріне қатысты мақалалар жариялайды. «Жаңа жұртшылық негізі – ғылым» («Қызыл Қазақстан», 1925) мақаласына байланысты «Осы журнал Қазақстандағы мерзімді басылымдардың ішінде бірінші болып ұлт оқығандарының қоғамтану ғылымына назар аударуын, төңкеріске дейінгі алаш жұрты басындағы саяси ахуалға қазақтың өз тұрғысынан баға беру керектігін көкейкесті мәселе есебінде күн тәртібіне қойды» деп баға береді (Қамзабекұлы Д., 2009). С. Сәдуақасовтан соң журналға О. Жандосов қол қойды. 1926 жылға қарай журналдың жаңа міндеттері белгіленді. «Кемшілік көп, оның зоры – мезгілмен шығып тұрмайтындығында. Соңғы кезде 3-4 нөмірін жинап, кешіктіріп шығару дағдылы дертке айналды. Екінші зор кемшілік – оқушысын дәл тауып, соған тұрақты бағыт ұстай алмай отырғандығы. Үшінші кемшілік – қаражаттың

тапшылығы, таралымның төмендігі. Тағы бір ақаулық – жазушының аздығы. Расында да журналды шығару қаражатпен қатар жазушылардың болуы да өте маңызды болғандығын байқаймыз. Журнал шыққан соң оны жер-жерге таратудың өзі бір бөлек іс.

Журналдың 4-ші санының мұқабасын оқи отырып, араб қаріптермен «Қызыл Қазақстан» деп жазылғанына, ал екінші жағында орыс тілінде «Красный Киргизстан» деген атаумен беріліп, журналдың мазмұны орыс тілінде жазылған. Осыған байланысты С. Сейфуллин: «Біз «киргиз» деген атты жоғалтып, өзімізді «қазақ» деп атасақ, басқалар да бізді «қазақ» деп, осы атты қолданып кетпек. Біздің бір үлкен кемшілігіміз – осы күнгі басқа жұрттан бұрын өзімізді өзіміз «киргиз» дейміз. Әуелі біздің «Қызыл Қазақстан» журналы орысша «Красный Киргизстан» деп аталады. Бұл біздің едәуір әлсіздігімізді көрсетеді. Егерде біздің қазақ жігіттері бұл қатені түзетеміз десе, оп-оңай түзетіп әкете еді. Біздің әр қазақ жігіті «киргиз» дегенді тастап, «қазақ, қазақ» дегенді жұмсап, басқа жұрттың құлағына сіндіріп үйретуі керек. Қазақстанның орталық үкіметі «киргизді» қойып «қазақ» деген есімді қолдануға жарлық (декрет) шығару керек. Қазақты – қазақ дейік. Тарихи қатені түзейік!»

(«Енбекші қазақ» газеті 1923) деген үндеу тастайды. Мұндай үндеу азаттықты аңсаған халықтың Қазақ Елі боламыз деген арманының асқақтығын білдірсе керек.

Нәтиже

Енді тікелей аштық жайлы мақалаларға көшейік, сонымен 1921 жылы шыққан «Қызыл Қазақстан» журналын парақтай отырып, онда арнайы «Аштық бөлімі» болғанына көз жеткіздік. Онда редактор А. Асылбековтің «Ресейдегі аштық көлемі», «Қырғыздағы аштық мөлшері» деген мақалалары басылған. Ал «Аштықпен күрес» бөлімінде «Шетелден», «Россияда», «Қырғыз Республикасында», «Көрші Республикаларда» деген тақырыптармен материалдар жарияланған. Жарық көрген материалдардан біздің қолымызға түскені «Аштық жайында» деген тақырыпта жарияланған Қазақстандағы және Россиядағы аштық туралы мақала. Онда мынандай құнды деректерді кездестіруге болады. «Аштық ауданы һәм керекті жәрдем Россия құрамы Кеңес мемлекетінде егін өнбей қалып, ашыққан жерлер толып жатыр. Сол жерлердің ішіндегі көбінесе сөз болып хал-жайлары газетке жазылып, қолдан келгенше жәрдем беріліп

тұрған жер – Еділ жағасындағы жерлер – Еділ жағасынан басқа егіні шықпай, астықтың зарын тартқан Ничегорд: Екатеринбург, Пермь, Пенза губерниялары мен Донско облысы һәм Украинаның бұнша жері бұларға жәрдем бермек түгілі, олар туралы дұрыс ойланған жоқ. Егіндік жер мен жан иесіне келсек, Батысы бар, Шығысы бар барлық Россия мемлекетіндегі егіндік жерлер – 36 миллион 988 мың десятина. Бұларға қараған 89 миллион 137 мың жан бар, бұлардан 13 миллион 344 мың десятинаға егін шықпай 25 миллион 889 мың жан ашығып отыр. Мұның үстіне Украинада шыққандары мен егін шықпай қалғандарын қоссақ, барлық егін өнбеген жер – 20 миллион 724 мың десятина (50 миллион десятина жердей), ашыққан жанның саны 37 миллион 201 мың жан (114 миллион 742 жаннан). Россия мемлекетінде егін шығымды, жазығы көп болатын Еділ мен Жайық жағасында теп-тегіс егін бітпей қалып отыр. Ол жерлердегі күн айтылып отырған 20 миллион халық ашығуда. Басқа жерлердегі егіні бар жаққа ертерек орналасқандықтан айтарлықтай ашаршылық көрген жоқ. Бірақ сол жерлердің өз елдері оншама ашаршылық көрген жоқ. Себебі: ел жерлерден аштарға жәрдем үшін азық-түлік, керек-жарақ жинай алмайды. Олар да өздерінен артыларлық болмаған соң ашыққандар үшін нәрсе артылтырып бере алмайды. Еділ жағасындағы елдердің халі көрер көзге өте жаман. Бұл туралы сан рет жазылып та жатыр. Мына кейінгі сандар Еділ бойындағы шыққан губерниялардың астығының кемдігінің, һәл қаншама астық керек екендігін білдіреді.

Аштарға көмек кезінде қаңғып қалған балаларға ерекше назар аударылды. Балалардың тұрмысы мен өмірін жақсарту жөніндегі комиссия Ашыққандарға көмек көрсететін республикалық Орталық комиссияның балалар арасындағы аштықпен күрес жөніндегі арнаулы бөлімі болып қайта құрылды. Республиканың аштық жайлаған барлық губернияларында бөлімнің жергілікті органдары ұйымдастырылды. Осы ұйымдардың жұмысы нәтижесінде 1922 жылдың бірінші жартысында республиканың 5 губерниясында аш және қараусыз балаларды тамақпен және киіммен тегін қамтамасыз ететін 575 балалар үйі мен 9 станция пайда болды. Ресей Федерациясының жағдайы қанағаттанарлық деп есептелген кейбір губернияларына 18 496 қаңғып қалған балалар мен жетім балаларды тиеген 16 әскери-санитарлық поезд жөнелтілді (Чурин Х., Сәрсекөв Ж., 1960) Осы деректердің өзінен байқағанымыз аштық кезінде елдің

жағдайының тіпті мүшкіл екенін байқаймыз. Аштық жайынан берілген ақпараттармен қатар басылым беттерінде жәрдем сұрау нышандары да көрініс тапқан.

Журналдың 1922 жылғы №4 санында «Аш жетімге жәрдем» деген өлең басылады. «Кімнің шуы сардалаңда, Тыңдашы, кім жылаған көл боп ағып көз жасы?» деп сұрау қойды да:

Ол жас жетім, жас балалар жетпеген.

Өмірлері жаңа гүлдеп беттеген.

Жүздеп, мыңдап күтіп отыр өлімін

Жас періште емшек табы кетпеген, –
деп жауап береді.

«Тоқ ағайын, аш бауырды көріңдер!

Барың болса, аш балаға бөліндер! – деп баспасөз арқылы жұртты аш балаларға жәрдем беруге шықырған өлең жолдары да басылады.

Халықтың басына туған қиын уақытты да бас пайдаларына шешіп кеткен ұйымдар да болған секілді. Оған мына деректер негіз болады. Шет мемлекеттерден ашыққандарға жәрдем

беру үшін жасалған «Ара» сияқты ұйымдарға сене беру мүмкін емес және бұл ұйымдардың ашыққан балаларға жәрдем үшін жасалып, һәм сол ашыққан балаларға керекті заттардың жетпей жатқан кемдігін толтырмақшы. Бұл ұйымдардың ерлегенде 1 жарым миллион бала бағуға күші жетеді. Бұл 1 жарым миллион барлық ашыққан балалардың 4-тен яки 5-тен бірі-ақ болса керек. Сол себепті аштарға жәрдем ісінде мықты, зор сүйеніш қорғанымыз жер жүзінің еңбекшілері. Анық хабар болмағанымен де соңғы уақыттағы мағлұматтарға қарағанда 15 октябрьге дейін жәрдемші комитеттер 30 миллион пұл жинаған көрінеді. Ноябрь айында болатын аштарға жәрдем жеткілігі жақсы жүріп барады. Жәрдемші, еңбекшіл комитетінде аштар үшін қайдан да болса қарызға пұл табу мәселесі қаралып жатыр. Бұл ойға алған ашыққандарға жәрдем ісі жақсы орындалып жатты («Қызыл Қазақстан» журналы, №4, 1922 ж.,) – деп ақ қараны ажыратқан хабарламалар да болды.

3-кесте

Аштардың саны											
Губерниялар	Халық саны	Декабрь-январь		Январь-март		Март-май		Май-июнь		Июль-сентябрь	
		Аш-тың саны	Жүзден %	Аш-тың саны	Жүзден %	Аш-тың саны	Жүзден %	Аш-тың саны	Жүзден %	Аш-тың саны	Жүзден %
Бөкей	260,000	176000	80	177000	80	190000	25	190000	25	190000	25
Ақтөбе	474,000	292000	61	292000	61	325000	68	325000	68	325000	28
Қостанай	451000	265000	68	265000	67	301000	67	301000	68	301000	27
Орал	388000	288000	76	388000	76	405000	79	405000	79	405000	79
Орынбор	555000	288000	23	279000	61	317000	66	337000	60	338000	60

1922 жылғы алғашқы айларындағы деректерге сүйенер болсақ, Қазақстанның барлық 4 миллион 854 мың 751 жанынан 1 миллион 465 мың 753 адамды аштық зардабын тартып жатқан еді. «Қызыл Қазақстан» басылымының беттерінде «Аштық декабрь айынан басталатын түрі бар. Және де дұрыс тарқатылмаған себепті, жерлердегі ашыққан кедейлердің халдері өте нашар. Осы жоғарыда айтылған қиыншылықтар 85 миллион пұт киім аз қалды. Қапиясқа қоятын емес. Бұл қайдан табылады?» («Қызыл Қазақстан» журналы, №4, 1922 ж.,) деген ақпараттар таратылып жатты. Басылым бетінде Қазақ Республикасындағы

аштықтың ауданы да сарапталды. Онда Қазақ республикасындағы аштық болуына екі түрлі себебі бар деп түсіндіріледі. «Бірінші, халықтың шаруасы күйзеліп, мал, егіншілік шаруасының төмендеп кетуі. Екінші, биылғы құрғақшылықтан егін, шөптің шықпай қалғандығы. Былтыр халықтың көбі жұтқа шалдығып, қазақ болсын, орыс болсын шаруасы бұзылды. Жазғытұрым халық қолында жұттан қалған малы қырылып, шөп басы таусылып, астық азайып, жүдеп-жадап шықты. Қазақ халқының мал тұқымы азайып жаз күн көретін сүтін ішіп қорек қылатын малдары қысты күні аштастады, қырылды. Крестьяндардың

астығы қазынаға алынды. Сондықтан халықтың қолында тіршілігін сақтарлық артық астық, сауып ішерлік сауын қалмады. Бәрібір биылғы жазғы құрғақшылық болып, егін шөп шықпай қалмағанда да жұрттың көбі аштыққа ұшыраған болар еді. Бұл шаруашылықтың бұзылған қиындығы, тұрмыстың ауырлығының үстіне биыл жаз жұрттың мал бағатын жайлауларында шөп шықпады. Сөйтіп, қысқы жұттың зардабына құрғақшылық қосылып халық зор аштықтың апатына ұшырады. Шаруашылықтың бүлінудің түзету үшін көп уақыт керек. Бүлінген шаруаны түзету орнына бұрын құлақ айтысып, көз көрмеген аштық жағылғанға жұдырық болды» деп себеп-салдарын таратып жазады («Қызыл Қазақстан» журналы, №4, 1922 ж.). Аштық уақытына қарамастан журнал өз жұмысын жалғастырып, міндеттерін айқын атқарып жатты деуге болады. Төмендегі кестеге зер салып қарар болсаңыздар аштардың саны жөніндегі мәліметті мынандай кестеге салып, басылымда жариялаған екен.

Журнал бетінде жарияланған арнайы кестелер кирилл қарпіне тұңғыш рет түсіріліп осы мақалада жариялап отырмыз. 1922 жылы «Қызыл Қазақстан» журналының 4-ші санында жарияланған аштардың саны жайлы мәлімет, міне, осындай.

Қорытынды

Мақаламызды түйіндей келе, еліміз үшін аштықтың зардабы мен оның нәтижесінің қандай

қорқынышты екендігін ашық жазған деректерді келтіргіміз келеді. «Аш губерниялардың ішермендікке керек астығы 9,575000 пұт, бұған келесі пұт астықты қосқанда 13,20000 пұт болады. Бұл халыққа ең аз мөлшерін бергендегі керекті. Мұны патшалық беруге міндетті. Егер де бұл астық табылмаса халықтың бәрі аштан өліп, құрып таусылмақ. Қазақ Республикасындағы жергілікті халық қазақ халқы мәдениет жүзінде әбден кейін қалған көшпелі жұрт. Далада астық апаратын шойын жол, оларды қарайтын аурухана бастарын қосып бір жерден асырауға жері шалғай бытыранды, аштықтан сол жаққа көшіруге жылы киімі жоқ ауырып аштан қырылып жатыр. Соның үшін қалғанын аман сақтап алып қалу үшін жылдамырақ жәрдем ісіне қатынаспаса қазақ халқынан тарихта бар еді жоқ болды деген қана сөз қалмақ» («Қызыл Қазақстан» журналы, №4, 1922 ж.) деп, ұлттың жойылып кетуінен қауіптеніп, аштықтан шығар жолды баспасөз арқылы қарастырады. Тарихшы ғалым М. Қойгелдиев: «... газет материалдары XX ғасырдың алғашқы жиырмасындағы қазақ қоғамында болып өткен түрлі қоғамдық процестерді зерттеп тану үшін аса бағалы деректер» (Қойгелдиев М., 1995) – деп өз бағасын берген. Сол секілді біз де өз тарапымыздан «Қызыл Қазақстан» журналында жарияланған мақалалардың қоғамда орын алған саяси-әлеуметтік мәселелерді жариялаудағы орнын, деректік құндылығын айқындап көрдік.

Әдебиеттер

- Бекқожин Х. (1981). Қазақ баспасөзі тарихының очеркі. – Алматы: «Мектеп», Б- 95.
 «Енбекші қазақ» газеті 09.02.1923ж.
 Жұртбай Т. (2008). Ұраным-Алаш! 1-том, «Ел-шежіре», Б.92
 Жұртбай Т. (2008). Ұраным-Алаш! 1-том, «Ел-шежіре», Б.101.
 Қамзабекұлы Д. (2009). Смағұл Сәдуақасов: Ғұмырнамалық деректі хикаят. – Алматы: «Қазақстан», Б. 32.
 Қамзабекұлы Д. (2009). Смағұл Сәдуақасов: Ғұмырнамалық деректі хикаят. – Алматы: «Қазақстан», Б.32.
 Қожакеев Т. (1991). Жыл құстары. – Алматы, «Қазақстан». – Б.30.
 Қожакеев Т. (1991). Жыл құстары. – Алматы, «Қазақстан». – Б.123.
 Қозыбаев М. (1998). Тарих зердесі. 1-кітап. – Алматы: “Ғылым”.
 Қойгелдиев М. (1995). Алаш қозғалысы. – Алматы: Санат. – Б.111.
 «Қызыл Қазақстан», (1925), №2.
 «Қызыл Қазақстан» журналы, №4, 1922 ж.
 Омарбеков Т. (1997). Ашаршылық ақиқаты //Ақиқат. – №5.
 Чурин Х., Сәрсекөв Ж. (1960). Күрес күндерінде. – Алматы. – Б.115–116.
<http://www.aktobegazeti.kz>

References

- Bekkozhin H., *Kazakh baspasozı tarikhynyn ocherki*, (Essay about the history of the Kazakh press). Almaty, «Mektep», 1981, B- 95.
- Churin H., Sarsekov Zh. *Kures kunderinde* (On the days of the fight). A., 1960, B.115-116.
- «Enbekshi kazakh», (Kazakh worker) gazetı 09.02.1923zh.
- Kamzabekuly D., Smagul Saduakasov: *Gumyrnamalyk derekti hikayat*, (Documentary life story).-Almaty: «Kazakhstan», 2009, B.32.
- Kamzabekuly D., Smagul Saduakasov: *Gumyrnamalyk derekti hikayat*, (Documentary life story).-Almaty: «Kazakhstan», 2009, B.32.
- Koigeldiev M. *Alash kozgalisi*, (Alash movement). – Almaty: Sanat, 1995. – Б.111
- Kozhakeev T., *Zhyl kustary*, (Migratory birds), Almaty, «Kazakhstan»1991, B.30.
- Kozhakeev T., *Zhyl kustary*, (Migratory birds), Almaty, «Kazakhstan» 1991, B.123.
- Kozybaev M., *Tarikh zerdesi*, (Mind of History). 1-kitap. – Almaty: “Gylym”, 1998.
- «Kyzyl Kazakhstan», (Red Kazakhstan), 1925, №2
- «Kyzyl Kazakhstan», (Red Kazakhstan) zhurnaly, №4, 1922zh.
- Omarbekov T., *Asharshylyk akikaty*, (The Truth of Hunger) //Akikat. 1997. №5.
- Zhurtbay T., *Uranym-Alazh!*, (My slogan is-Alash!) 1-tom, «El-shezhire», 2008. B.92
- Zhurtbay T., *Uranym-Alazh!*, (My slogan is-Alash!) 1-tom, «El-shezhire», 2008. B.101.
- <http://www.aktobegazeti.kz>

Әнуарбек Ә.

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: asel.anuarbek@mail.ru

ОНЛАЙН ХАБАР ТАРАТУ ЖҮЙЕСІНІҢ КӘСІБИ ДЕҢГЕЙІ: ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Мақалада телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесінің қолданыс аясы, кәсіби деңгейі ғылыми тұрғыдан талданады. Отандық телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесі сарапқа салынып, отандық тележурналистикадағы онлайн хабар таратудың шығармашылық сипаты мен проблемалары қарастырылады. Онлайн хабар тарату жүйесінің жұмысын жетілдіру үшін қажетті шаралар тізбектеледі. Дәстүрлі телевизия мен онлайн хабар тарату жүйесінің айырмашылықтары сипатталады. Мақалада онлайн хабар тарату жүйесінде контенттің маңыздылығына баса мән берілетіндігі сөз болады. Сонымен бірге, отандық телеарналардың онлайн хабар таратудағы кемшіліктері айқындалады. Отандық және әлемдік онлайн хабар тарату жүйесінің деңгейі мен жұмыс барысы салыстырылып, ұқсастықтары мен айырмашылықтары анықталады. Онлайн хабар тарату жүйесі арқылы телеиндустрияның рейтингін арттыру жолдары да сараланады. Отандық телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесінің оперативтілігі мен уақытқа тәуелсіздігі де назардан тыс қалмайды. Бұл мақала онлайн хабар тарату жүйесіндегі кездесетін проблемаларды тізбектей отырып, жаңа жүйенің одан әрі дамуына, келешегіне бағдар жасайды. Әлемде қарыштап дамып үлгерген онлайн журналистика қазақстандық телеақпарат кеңістігінде неге кенже қалып жатқанына да баса назар аударылады.

Түйін сөздер: телеақпарат кеңістігі, онлайн хабар тарату жүйесі, дәстүрлі медиа, онлайн журналистика.

Anuarbek A.

Al-Farabi Kazakh national university,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: asel.anuarbek@mail.ru

Professional level of online broadcasting: problems and perspectives

This article analyses the professionalism and scope of using online coverage in television. It is investigated the system, the creative form, and the problems of online broadcasting of domestic television. The necessary steps are being taken to improve the functioning of the online broadcasting system. Characterized the differences between traditional TV and online broadcasting systems are described. In article importance of content in the system of online broadcasting is emphasized. One more advantage of online television – existence of huge number of channels of a certain subject. At the same time, there is a lack of online broadcasting on domestic TV channels. The domestic and world level of system broadcasting online is compared, their similarities and distinctions are defined. Ways of increase in rating through system broadcasting online are considered. This article analyses problems which online of broadcasting and further development of system online face in system. The efficiency of system broadcasting online is considered.

Key words: television, online broadcasting, traditional media, online journalism.

Ануарбек А.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: asel.anuarbek@mail.ru**Профессиональный уровень онлайн-вещания: проблемы и перспективы**

Данная статья посвящена изучению профессионализма и масштаба использования онлайн-освещения на телевидении. Были исследованы система, творческая форма и проблемы онлайн-освещения отечественного телевидения. Перечисляются меры, необходимые для совершенствования работы системы онлайн-вещания. Характеризуются различия в системах традиционного телевидения и онлайн-вещания. В статье подчеркивается важность контента в системе онлайн-вещания. Вместе с тем, определяются недостатки онлайн-вещания отечественных телеканалов. Сравнивается отечественный и мировой уровни системы онлайн-вещания, определяются их сходства и различия. В статье дается описание видения развития казахстанских телевизионных медиа в эпоху технологического развития. Рассматриваются способы повышения рейтинга через систему онлайн-вещания, анализируются проблемы, с которыми сталкиваются в системе онлайн-вещания и дальнейшее развитие системы онлайн. Рассматривается оперативность системы онлайн-вещания. В мире активно развивается система онлайн-вещания, а в Казахстане система онлайн-вещания пока что не развита. Но по современным стандартам, все телеканалы ведут трансляцию в режиме онлайн, потому что в настоящее время традиционное вещание не является единственным путем предоставления информации.

Ключевые слова: телевидение, онлайн-вещание, традиционные медиа, онлайн-журналистика.

Кіріспе

Технология қарыштап дамыған қазіргі уақытта ақпарат құралдары мобильділікті арттыруға міндетті. Бүгінгі күні ақпарат құралдарының арасында интернет сайттары мен ғаламтордағы басылымдардың шоқтығы биік болып отыр. Интернет журналистиканың дамуы дәстүрлі медиаға да әсер етпей қоймады. Әлемдік ақпарат кеңістігіндегі технологиялық өзгерістер дәстүрлі медиа түрлерінің, яғни, газет-журнал, телеарна, радионың да ғаламтордағы нұсқаларын әзірлеуді қолға алуына түрткі болды. Ғаламтор әлемді шырмамай тұрған уақытта ақпарат таратудың негізгі көзіне айналған телеарналар да қазіргі уақытта жаңа бағытқа ойысып, хабар таратудың тың әдістерін іздеуге көшті. Бұл ретте телеарналар өздерінің ғаламтордағы нұсқасын ұсынып, заман талабына ілесті деуге әбден негіз бар. Телеарналардың ғаламтордағы нұсқасы көрермендердің қалаған телебағдарламасын өз уақытында тамашалай алмай қалса, кейінірек ғаламтордағы нұсқасын көруге мүмкіндік берді. Бұл аудиторияны толық қамту үшін жасалып отырған әдістің бірі. Уақыт өте келе телеарналар ғаламторда тек мұрағаттық бағдарламаларды ғана ұсынудан бас тартты. Яғни, телеарналар онлайн хабар тарату жүйесіне көше бастады.

Негізгі бөлім

Телевизия – өзіндік құнды құпиялары мол, күрделі әлем. Көгілдір экран адамзат өмірінің

өн бойында елмен бірге есейіп, қалың орман көрерменімен күн сайын сырласып келе жатқан ерекше ақпарат құралы екенін ең қатаң сыншы – уақыттың өзі дәлелдеп отыр. Ахмет Байтұрсынов бір кездері «Қазақ» газетін «халықтың көзі, құлағы, һәм тілі», – деген болса, бүгінде әрбір үйдің төрінде тұрған көгілдір қобдиша алыс-жақын ауылдар мен қалалардағы көпшілікті ақпарат көзімен сусындатып отырған басты құрал деп айтуға әбден болады. Сондықтан ондағы жасалған әрбір бағдарлама немесе хабар халыққа пайдалы, көрерменіне көзайым бола алса – мақсатқа жету деген осы! (Тұрсын Қ; 2007).

Расымен де, теледидар бір кездері халықты жаңалықтарымен сусындататын басты ақпарат құралы болатын. Бірақ бүгінгі дәуір мұның бәрін өзгертті. Қазір телевизияның жұмысы да, мақсат-міндеті де бөлек.

Онлайн телевизия немесе онлайн телеарна – телевизиялық сигналды интернет-байланыс арқылы сандық тұрғыда жеткізуге бағытталған жүйе. Бірақ онлайн хабар тарату жүйесін кабельдік хабар таратумен салыстыруға келмейді. Қазіргі уақытта онлайн телехабар тарату жүйесі дамудың жаңа сатысына көтерілді. Егер бұған дейін онлайн телевизия кез келген адамға түсінікті болмағанын ескерсек, бүгінде бұл жаңа жүйе ауқымды масштабқа ие. Дәстүрлі телевизияда жүзеге асыру мүмкін болмаған телевизиялық контентті таңдау мүмкіндігіне де көрермендер онлайн телевизия арқылы қол жеткізді. Топтық бейнелер арқылы берілетін бағдарламалардың қаралымын онлайн жүйеде телеарналардың рес-

ми сайттарынан компьютерге арналған арнайы бағдарламалар, смартфондар, телеарнаның IP-адресі көрсетілген база арқылы анықтауға жол ашылады. Кейбір онлайн жұмыс істейтін бағдарламалар (приложения) әлемнің мыңдаған телеарналарының IP-адрес базаларын бір жерге тоғыстырады. Бірақ онлайн телевизия дәстүрлі телеақпарат таратудан суреттердің сапасы және сигналдың тұрақтылығы жағынан кейін қалады (Уикипедия ашық энциклопедиясы).

Телеақпарат кеңістігінде онлайн хабар тарату жүйесінің пайда болуы оның бірден ілгерілеп кеткендігін білдірмейді. Әлі де қазақ телевизиясында онлайн хабар тарату жүйесінің жұмысы жоғары деңгейде жүргізілмейді. Сапасы да көңіл қуантарлықтай емес. Бұл жүйенің телеақпарат кеңістігінде қолданыс аясының тар болуы ақпараттық-технологиялық әдістерді терең меңгерген журналистердің аз болуынан. Оның үстіне, онлайн хабар тарату жүйесі телевизияда өзінің ғылыми-шығармашылық сипатын көрсете алмай отыр. Қазақ телевизиясындағы онлайн хабар тарату жүйесі терең зерттелген жоқ. Бұл тақырыпқа терең бойлап, тележурналистикадағы онлайн хабар таратудың қолданыс аясын саралауға қадам басқан жан жоқ. Тележурналистика саласында бұл тақырыптың қажеттілігін көрермендерге ұғындыру үшін ғылыми зерттеу керек.

Интернет жүйесі арқылы ақпарат таратудың дәстүрлі телеарнадан басты ерекшелігі неде? Алғашқы хабар тарату жүйесі арқылы көрерменнің өзі қалаған уақытта кез келген жерден кіріп, қажетті ақпаратты алуына мүмкіндігі мол. Сонымен қатар, ғаламтордағы онлайн арналардың барлығы дерлік ғаламдық мәртебеге қол жеткізеді. Ал мұндай мүмкіндік дәстүрлі арналарға берілмеген. Дәстүрлі телеарналардың көрерменге ыңғайлы уақытта ол қалаған дүниені көрсете алмайды. Өйткені оның мүмкіндігі шектеулі, уақыты өлшеулі.

Нәтиже

Кез келген телеарнаның ғаламтордағы онлайн нұсқасын әзірлеу арнадан көрсетілген бағдарламалар мен жобаларды жариялап отырумен бітпейтіндігіне баса назар аударған дұрыс. Онлайн жүйенің аудиторияға қызмет көрсетуші ақпараттық ресурстардың бірі екенін есте ұстау шарт. Онлайн арналарда да маңызды рөлді контент атқарады. Ғалым Д. Тереховтің зерттеулеріне назар салатын болсақ, сайтты мазмұндық (контенттік) жағынан толықтыру үшін баса назар аудару қажет бағыттарға мыналар жатады:

Біріншіден, телеконтент қандай аудиторияға арналатындығы және оны қандай мақсатта жасап отырғандығын анықтау қажет.

Екіншіден, интернет кеңістігінің талаптарына сай болу керек. Сондай-ақ, қатар мақсатты аудиторияны айқындау маңызды.

Үшіншіден, әлеуметтік желілер арқылы аудиторияның назарын өзіңізге аударуды меңгеру қажет (Уланова М.А.; 2014).

Әлемде онлайн-телевизияға деген сұраныс күн санап артуда. Оның негізгі себептері – Smart TV-ның және мобильді тұғырнамалардың дамуы. Медиабизнес саласының мамандары тұтынушының сұранысын қанағаттандыруға тырысуда. Онлайн режимде жұмыс істеуге көшіп жатқан компаниялардың саны жылдан жылға артуда. Онлайн тұғырнамалар жоғары сұранысқа ие және оларға сапалы контент өте қажет. Бір жағынан алып қарасақ, қызметтерін ұсынатын студия, продюсер, дистрибьютерлер көп-ақ. Және олар онлайн тұғырнамаларға өнімдерін жариялаудың жолдарын іздейді (<http://kazakh-tv.kz>).

Онлайн телехабар тарату жүйесі мына дүниелерді жүзеге асыруға қабілетті:

1. Әр қолданушының жазылу пакетін басқаруға;
2. Телевизия мазмұнын кез келген деңгейде қорғауға;
3. MPEG-2, MPEG-4 форматында арналарды трансляциялауға;
4. Телевизиялық бағдарламаларды ұсынуға;
5. Телевизиялық бағдарламаларды тіркеуге;
6. Бұрын болып кеткен бағдарламаларды қайта қарауға;
7. Әр қолданушыға арналған телеарналардың жеке пакеті;
8. Сайттағы сат арқылы көрермендермен интерактивті байланыс орнату мүмкіндігіне қол жеткізуге болады (<https://baq.kz/>).

Технологиялық прогресс пен техникалық конвергенция процесі жаңа қазақстандық масс-медианың қалыптасуына әсер етеді. Отандық телеарналар онлайн жүйеге ауыса бастады. Онлайн жүйеге толыққанды көшуге қазақстандық телевизияның потенциалы жоғары екенін атап өттік. Бүгінде Қазақстандағы 17 миллион халықтың 10 миллионы интернет қолданушылары болып табылады.

Америкалық профессор Майкл Мури: «Радио мен телевидение онлайн режимге ауысып, эфирде қалады» деген пікір білдіреді. Расында да, телеарналар да сайттық нұсқаларына мән бермесе, көштен қалатын түрі бар. Жасыратыны жоқ, отандық телеарналардың сайттары да сын көтер-

мейді. Дизайны, беттелуі, жаңартылуы жағынан да мін көп. Бұл арада ресейлік телеарналар көштен қалмас үшін өз жаңалықтарын «Twitter», «Facebook» парақшаларына да лезде таратып отырады. Ал шетелдік телеарналардың сайттары – бөлек әлем. Әрине, Қазақстанның Байланыс және ақпарат министрлігі тарапынан жаңа медиа саласының дамуына ерекше ден қойылып келеді. Тек қазірше отандық телеарналардың тек эфирге мән беріп, онлайн режиміне назар аудармауы олардың өз болашағына алаңдамай отырғанын аңғартпай ма?! Ал ертеңін ойламағанның болашағы бар ма? (<http://engime.org>).

Онлайн хабар тарату жүйесін дамытуды әлемнің дамыған елдері әлдеқашан бастап кеткен. Бір ғана британдық «BBC» арнасын алып қарайықшы. Аталмыш арна қазір британдық емес, әлемдік ақпарат тарату көзіне айналып отыр. Әлемнің түкпір-түкпірінде тілшілер қосыны жұмыс істейтін «BBC» арнасының онлайн хабар тарату жүйесінің жұмыс жүргізіп келе жатқанына біршама уақыт болды. «BBC»-дің онлайн арнасын миллиондаған көрермен тамашалайды. Әлемнің кез келген түкпіріндегі азамат қалаған уақытында «BBC» арнасының тікелей көрсетілімін көре алады. Ол үшін бастысы қолыңызда интернетке кіру мүмкіндігі бар құрылғы болса болғаны. «BBC» арнасының онлайн хабар тарату жүйесін үздік деп бағалауға әбден болады. Өйткені мұндай арнаны онлайн тамашалауға ешқандай кедергі жоқ. Тіпті, жұртшылық жиі қолданатын «Youtube» желісі арқылы да BBC арнасын іздеп тауып алуға болады.

Дәл осындай әдісті қазір еліміздегі көшбасшы арна «Қазақстан» ұлттық телеарнасы да пайдалана бастады. Ұлттық арнаны «kaztrk.kz» сайтынан бөлек «Youtube» желісі арқылы да онлайн тамашалауға мүмкіндік бар. Бұл интернет қолданушылары үшін өте ыңғайлы. Аталған желіге кіріп, іздеу жүйесіне «Қазақстан» ұлттық арнасы деп жазса, арнаның тікелей көрсетілімі ашылады. Сол арқылы өзіңіз қалаған бағдарламаны теледидар алдында ғана емес, көшеде жүріп те, жұмыста отырып та тамашалауға болады. Сонымен қатар, арнаның онлайн нұсқасын «Youtube» желісіне орналастырудың бір артықшылығы сол мезетте арнаны өзіннен өзге қанша адамның тамашалап отырғандығын көріп отыруға мүмкіндік бар. Бұл бір жағынан арнаның рейтингін бақылап отыруға да мүмкіндік береді. Еліміздегі арналардың бәрі осы жүйені дамытуды қолға алса, құба-құп болар еді («Қазақстан» ұлттық телеарнасының ресми сайты).

Бүгінде еліміздегі республикалық, өңірлік арналардың барлығының интернет сайттары бар. Сайт арқылы онлайн нұсқасын да тамашалауға болады. Сондай-ақ, кейбір арналар арнайы мобильдік қосымшаларын әзірлеп, көрермен назарына ұсынды. Бұл да онлайн хабар тарату жүйесінің ілгерілеуіне өз үлесін қосуда. Тағы бір айта кетерлік жайт, бүгінде елімізде тек қана онлайн түрде хабар таратын арналар бар. Ол арналардың көрермендері де баршылық. Өйткені олар өзгелерден тез ақпарат таратады. Әсіресе, «Атамекен» бизнес арнасы онлайн арналар арасында оқ бойы озық тұр.

Ойтолқы

Біраз уақытқа дейін телевизиялық жобалар эфирге кестеде белгіленген уақыт бойынша шығып жүрді. Уақыт өте келе ғаламтордың бәсі басым түсіп, телеарналар онлайн жүйеге көшті. Яғни, телеарналар өздерінің эфирінен көрсетілген бағдарламаларды ғаламтор арқылы онлайн тарата бастады. Бұл қадам телеарналардың онлайн нұсқасының аудиториясын ұлғайтты. Одан бөлек онлайн хабар тарату жүйесінің дамуы арқылы географиялық шектеу де жойылды. Өйткені аймақтық телеарналар онлайн жүйе арқылы тек өз өңірлерінде ғана емес, бүкіл республикаға, тіпті, алыс-жақын шет мемлекеттерге де хабар тарату мүмкіндігіне қол жеткізді. Бұл – үлкен жетістік. Яғни, онлайн хабар тарату жүйесі арқылы ғаламтор таралатын жер жүзінің барлық нүктесінде көңілің қалаған бағдарламаны өзіңе ыңғайлы уақытта тамашалауға жол ашылды.

Әлем журналистикасы қарыштап дамып келеді. Интернет кеңістікке негізделген ақпараттық қоғам құрылды. Мұнда ғаламтор, кабельді-спутниктік телевизия, мобильді телефон жаһандану үдерісінің маңызды бөліктері болып саналады. Жаңа медианың ғаламдық дамуы әлемдегі және біздің еліміздегі ақпарат және байланыс қажеттілігін түбірімен өзгертуде. Осылайша, қазақстандық жаңа медиа-кеңістік ғаламтормен және жаңа медиа технологиялармен бірге дамып келеді (Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б.; 2016).

Онлайн журналистика Қазақстанда алғаш пайда бола бастағанда оның даму траекториясы жайында қызу пікірталас өрбіген еді. Бір топ дәстүрлі медианың интернет кеңістікке тәуелді болып, жұтылып кететінін айтса, екіншілері жаңа медиадан үлкен үміт күтті. Шынында да, телеарналар неліктен онлайн жүйеге көше бастады? Өз аудиториясын жоғалтпас үшін бе? Ең біріншіден, телеарналар онлайн хабар тарату

жүйесіне заман талабы, көрерменнің сұранысы осындай болғандықтан ауысты.

Бірақ телеарналардың ғаламторға бейімделуіне ықпал еткен тағы бір дүние бар. Ол – жарнама нарығы. Бұрындары жарнаманы тек телеарналарға беретін компаниялар жаңа технологияның дамуына орай интернет-басылымдарға басымдық бере бастады. Ал журналистиканың қай түрі болмасын, жарнамаға тәуелді екені бесенеден белгілі. Интернет тұтынушыларының саны артуы жарнама аудиториясының да онлайн қызметтерді қолдана бастауына жол ашты (Смирнова Ю. В; 2011).

Қазіргі уақытта қолға алынған «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының да телеарналардың онлайн хабар тарату жүйесіне баса назар аударуы қажеттігін айқындап отыр. Аталған бағдарлама нәтижесі бойынша, 2019 жылы сандық телевизияны, яғни, онлайн жүйе арқылы ақпарат алатын азаматтардың қатары 95 пайызға жетуі қажет. Сондықтан, телеарналардың онлайн жүйеге көшуі уақыт талабы ғана емес,

қазақстандықтардың республикадағы және жер жаһандағы жаңалықтармен жылдамырақ танысып, әлемдік ахуалға көзқарасты қалыптастыруға да жол ашпақ (Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты).

Қорытынды

Қазақстандық телеақпарат кеңістігінің өзге медиа кеңістіктен кенже қалмауы шарт. Өйткені әу баста теледидар негізгі ақпарат көзі, жаңалықтың жаршысы болған. Ал қазір телеарналар интернеттің көлеңкесінде қалып қоймауы үшін онлайн хабар тарату жүйесін дамытуды қолға алу қажет.

Онлайн хабар тарату жүйесі телеарналардың онлайн нұсқасымен ғана өлшенбеуі керек. Әрбір арна ондағы контентке баса мән беруі шарт. Өйткені көрермен үшін ақпараттың мазмұны бірінші орында. Көштен қалмас үшін рейтинг қуып, сападан ажырап қалуға әсте болмайды.

Әдебиеттер

- «Қазақстан» ұлттық телеарнасының ресми сайты.
 Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты.
 Маклюэн М. (2003). Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Канон-пресс-Ц.
 Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б. (2016). Мультимедиалық журналистика. – Алматы: «Қазақ университеті». – 126 б.
 Смирнова Ю. В. (2011). Реклама на телевидении: разработка и технология производства. – М.: Омега-Л. – 255 бет
 Тұрсын Қ. (2007). Көгілдір экран әлемі. – Алматы: Қазақ университеті. – 159 бет
 Тұрсын Қ. (1999). Қазақ теледидарындағы дәстүр және жаңашылдық: филол. ғылымд. канд. ғылыми дәрежесін алу үшін дайынд. дис. Автореф. – Алматы.
 Уикипедия ашық энциклопедиясы
 Уланова М.А. (2014). Интернет-журналистика. Практическое руководство. – М.: Аспект Пресс, 44-48 б.
 Цвик В. Л. (2009). Телевизионная журналистика. – М.: Аспект Пресс,
 Boczkowski P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, pp. 197–213.
 Brophy P., Halpin E. (1999). Through the Net to freedom: information, the Internet and human rights. In: *Journal of Information Science*. Vol. 25, No. 5
 Christopher H. (2009). *Encyclopedia of journalism*. SAGE Publications, pp. 173-182.
 Chin F. (1978). *Cable Television*. New York: IFI/Plenum, p. 285
 Cohen E. L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, pp. 532–548.
 Dahlgren P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press, New York.
 Deuze M. (2003). The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, pp. 203–230.
 Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, pp. 237-255.
 Larrondo Ureta, A. (2011). The potential of Web-only feature stories, *Journalism Studies*, pp. 188–204.
 Lievrouw L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Oxford: Polity Press
 Measuring the Information Society 2011 URL: <http://www.itu.int/>
 Muthukumaraswamy, K. (2010). When the media meet crowds of wisdom. *Journalism Practice*, pp. 48–65.
 Newcomb H. (2000). *Television: The critical view*. New York: Oxford University Press.
 Palfrey J., Gasser U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. NY.
 Robinson S. (2006). The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, pp. 65–83.

- Singer, J. (2006). Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, pp. 265–280.
- The State of The News Media, (2013). Annual report. Pew Research Center.
http://kazakh-tv.kz/kz/view/hi-tech/page_134514_vintera-tv-%E2%80%93-uyaly-kosymshalar-damuynyn-nakty-mysaly
<https://baq.kz/kk/news/3809>
<http://engime.org/s-barlibaeva-e-lejman-globalizaciya-i-konvergenciya-media-razv>.

References

- Boczkowski P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, pp. 197–213.
- Brophy P., Halpin E. (1999). Through the Net to freedom: information, the Internet and human rights. In: *Journal of Information Science*. Vol. 25, No. 5
- Christopher H. (2009). *Encyclopedia of journalism*. SAGE Publications, pp. 173–182.
- Chin F. (1978). *Cable Television*. New York: IFI/Plenum, p. 285
- Cohen E. L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, pp. 532–548.
- Cvik V. (2009). *Televizionnaya jurnalistika [Television journalism]*. – Moskva: Aspect Press.
- Dahlgren P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press, New York.
- Deuze M. (2003). The Web and its journalism: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, pp. 203–230.
- Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, pp. 237–255.
- Kazakhstan Respublikasy Prezidentinin resmi saity
 “Kazakhstan” ulttyk teleornasynyn resmi saity
- Larrondo Ureta, A. (2011). The potential of Web-only feature stories, *Journalism Studies*, pp. 188–204.
- Lievrouw L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Oxford: Polity Press
- Maklun M. (2003). Ponimanie media: vneshnie rasshirenia cheloveka [Understanding media: external expansion person]. – M.: Kanon-press-C.
- Measuring the Information Society 2011 URL: <http://www.itu.int/>
- Muthukumaraswamy, K. (2010). When the media meet crowds of wisdom. *Journalism Practice*, pp. 48–65.
- Newcomb H. (2000). *Television: The critical view*. New York: Oxford University Press.
- Palfrey J., Gasser U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. NY.
- Robinson S. (2006). The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, pp. 65–83.
- Singer, J. (2006). Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, pp. 265–280.
- Smirnova U.V. (2011). Reklama na teledidenii: razrabotka i tehnologia proizvodstva [Television advertising: development and production technology]. – Moskva: Omega-L, p. 255.
- Sultanbaeva G.S., Alimzhanova A.B. (2016). *Multimedialyk jurnalistika [Multimedia journalism]*. Almaty: “Kazakh universiteti”, p. 126.
- The State of The News Media. (2013). Annual report. Pew Research Center.
- Tursyn K. (1999). *Kazakh teledidaryndagy dastur zhane zhanashyldyk: filol.gylymd.kand.gylymi darezhesin alu uahin daiynd. diss. Avtoref. [Tradition and innovation of Kazakh television]*. Almaty.
- Tursyn K. (2007). *Kogildir ekran alemi [The world of TV]*. Almaty: Kazakh universiteti., p. 157.
- Ulanova M.A. (2014). *Internet-jurnalistika. Prakticheskoe rukovodstvo [Internet journalism. Practical guide]*. Moskva: Aspect Press, pp.44–48.
- Wikipedia free encyclopedia
http://kazakh-tv.kz/kz/view/hi-tech/page_134514_vintera-tv-%E2%80%93-uyaly-kosymshalar-damuynyn-nakty-mysaly
<https://baq.kz/kk/news/3809>
<http://engime.org/s-barlibaeva-e-lejman-globalizaciya-i-konvergenciya-media-razv>.

Хожамбердиев О.¹, Суханова С.²

¹PhD доктор, Т. Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы, Қазақстан, Алматы қ.

² магистранты, Т. Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: s.sulukhan@mail.ru

**КӨПШІЛІК АЛДЫНДА СӨЙЛЕУ ӨНЕРІ:
МӘСЕЛЕЛЕР МЕН ТЕНДЕНЦИЯЛАР**

Мақалада көпшілік алдында сөйлеу өнерінің негізгі бағыттары анықталады. Сөйлеушінің жеке тұлғалық қасиеттері, яғни білімі мен біліктілігі оның халық алдында сөйлеу кезінде байқалады. Көпшілік алдында сөйлеуге дайындық кезеңі – шығармашылық адам үшін жауапты да маңызды.

Зерттеу тақырыбы қазіргі әлемдік ақпарат құралдарының және коммуникацияның жылдам дамуымен байланысты. Көпшілік алдында сөйлеу өнерін меңгеру – адамның кез келген ортада тіл табысып, қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік туғызып қана қоймай, көшбасшылыққа, өзін-өзі басқару қасиеттерін дамытуға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, мақалада көпшілік алдында сөйлеу өнеріне жан-жақты сипаттама беріліп, негізгі ерекшеліктері анықталады. Көп қырлы сипаттама арқылы мәселенің мәні анықталады. Көпшілік алдында сөйлеу өнерінің қазақ тіліндегі стилистикалық жүйесіндегі орнын айқындауға ұмтылады. Тілдегі сөздік қор мен қолданыстағы тұрақты сөз тіркестерінің көпшілік алдында сөйлеу өнеріндегі қолданыс тәсілдері айқындалады.

Түйін сөздер: оратор, сөз, сөйлеу өнері, көпшілік алдында сөйлеу, шығармашылық тұлға.

Khozhamberdiyev O.¹, Sukhanova S.²

¹PhD doktor, T. Zhyrgenev Kazakh National Academy of Arts, Kazakhstan, Almaty

²magistrants, T. Zhyrgenev Kazakh National Academy of Arts, Kazakhstan, Almaty, e-mail: s.sulukhan@mail.ru

The Art of Public Speech: Problems and Trends

The article considers the stages of preparation for public speaking. The preparation for the performance is a very important and responsible business in the activities of the creative person.

The relevance of the research topic due to the fact that the modern world, with the rapid development of media and communications, has dramatically increased the interest in rhetoric. The skill of public speaking, the art of debate and communication in any society is the key to popularity, recognition, leadership, self-fulfillment and a higher level of life. The characteristic of public speech is given in this article, the special of public speech are considered. This perspective has many sided character. It conveys an attempt to determine a place of public speech in the stylistic system of Kazakh language and gives some notes on usage of polite forms, vocabulary, phrase construction and some techniques of modern rhetoric in high-level spoken public speech.

Key words: speaker, speech, oratory, public speaking, creative person.

Хожамбердиев О.¹, Суханова С.²

¹PhD доктор, Казахская национальная академия искусств имени Т. Жүргенова, Казахстан, г. Алматы

²магистранты, Казахская национальная академия искусств имени Т. Жүргенова, Казахстан, г. Алматы, e-mail: s.sulukhan@mail.ru

Искусство публичного выступления: проблемы и тенденции

В статье рассматриваются этапы подготовки к публичному выступлению. Подготовка к выступлению – очень важное и ответственное дело в деятельности творческого человека.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном мире, в связи с бурным развитием средств массовой информации и коммуникации, резко возрос интерес к рито-

рике. Мастерство публичной речи, искусство полемики и общения в любом обществе – ключ к популярности, признанию, лидерству, самореализации и высокому уровню жизни. В статье дана характеристика публичной речи, рассмотрены особенности публичной речи. Данная проблематика имеет многогранный характер. Автор исследования изучает место публичной речи в стилистической системе казахского языка и дает некоторые рекомендации по использованию вежливых форм, словарного запаса, фразостроения и эффективных методов современной публичной риторики.

Ключевые слова: оратор, речь, ораторское мастерство, публичное выступление, творческий человек.

Кіріспе

Сөз сөйлеу мәдениеті мен оны жеткізу сөйлеушінің қарым-қабілетіне байланысты.

Көпшілік алдында әдемі, әсерлі, мәнді де мәнерлі, жұмсақ немесе күштеп, батырып сөйлеуді әртүрлі ойлардың нәтижелері дейміз. Сөздің қаншалықты дәрежеде дұрыс айтылуы сөйлеушінің ой ұшқырлығына байланысты. Ал мағыналы сөз – жүйелі ойдың нәтижесі екені белгілі. Бүгінде халық алдында, эфирде жүрген жүргізушілер сөйлеу мәнерін өзгертіп, әркім өз қалауынша, тілдік заңдылықтарға бағынбай имидж қалыптастыруда. Сөйлегенде дыбыс фонетикасын іздеуден аулақ болып керісінше, ішкі сезім психологиясын ашуға ұмтылу ғана жетістікке жеткізері сөзсіз. Өйткені сөз арқылы мінез-құлық, мінез-құлықтан барып кейіпкер бейнесі өмірге келеді.

Бүгінде телеарналардағы мән-мағынасы жоқ ток-шоулар мен сылдыр сөзден көрермен мезі болып бітті. Асығып-аптығып, сөзінің аяғын жұтып жұлмалап, жұлқып сөйлеген жаралы сөздерді естігенде, жаның жабырқайды. Жалаулаған жасық сөздің жаныңа батқаны сондай – жадап-жүдеп, күйзелмесе шараң жоқ. Онлайн-дәрістер оқып миллиондаған көрермен жинап отырғандар тағы бар. Тындасаң қарының ашады, мән-мағынасы жоқ әңгімелерге халық құмар болып кетті. Дауыс шығарып сөйлеуді декламация немесе пафос деп түсінетін, шапшаң сөйлеуді асығып-аптығумен шатастыратын, жүрек жылытар нәзік сөзді жасық сөз деп ұғынатындар көп. Көпшілік алдында сөйлеудің өзіндік мәдениеті мен этика-эстетикалық талаптарын қоғам санасына әлсін-әлсін сіңірмесе болмас.

Негізгі бөлім

XI ғасырдағы шығыс ғалымы Кайкаустың еңбегінде: «...Сөз төрт топқа бөлінеді. Біріншісі – білуге де, айтуға да қажеті жоқ сөздер. Екіншісі – білуге де, айтуға да қажетті сөздер. Үшіншісі – білуге қажеті жоқ, бірақ айтуға болатын сөздер. Төртіншісі – білу керек, бірақ айтуға қажетсіз

сөздер. Негізінде, дүниенің бар жақсылығы – айту және білу үшін қажетті сөздерге тән қасиет. Бұл сөздер дүние үшін пайдалы болып, айтушыға да, тыңдаушыға да мән-мағынасымен әсерлі болуға тиіс» – дейді (Айнабеков Т., 2005). Демек, сахна тілі сөйлеу мәдениетімен тығыз байланысты.

«Сұлу сөйлей білу де, тіл байлығы мен оның шұрайлылығы да табиғаттың адам баласына берген ерекше құдіреті мен баға жетпес сыйы, сондықтан да шебер табиғат сөз өнерін әдебиет пен шығармашылық өнердегі натуралистік бағытқа, яғни табиғилыққа одан сайын жақындата түседі» (Сыздықова Р., 1995). Ал, сахна тілінің маманы, профессор Дариға Тұранқұлова «Сөйлеу техникасы мен сөйлеу мәдениетін қатар меңгеру – дауыс сапасын жақсартудың бірден-бір жолы. Өйткені сөйлеу мәдениеті сөздерді білдірмек ойға дәл таңдай білу болса, сөйлеу техникасы – сол сөздерді тыңдаушысына жеткізе білетін дауыс құбылыстарын меңгеру болып табылады» деп тұжырымдаған (Тұранқұлова Д., 2016). Демек, бұл мамандықтың иелері міндетті түрде сөздің қыр-сырын жете түсініп, соның ішінде интонацияның сөйлеудегі рөлін анық бағамдай білу керек. Актер автордың ойын, спектакльдің идеясын жеткізуде сөйлеу әрекетін алуан түрлі тілдік емес әрекеттер арқылы толықтырып, әртүрлі эмоцияны танытуда просодикалық тәсілдер арқылы да ақпарат бере алады.

«Құрылымы әлдеқайда күрделірек көркем шығарма дискурсының басты қызметі – эстетикалық ықпал етіп, адресат санасының интеллектуалдық-эмоциялық тұстарына қозғау салу» (Уәли Н., 2007). Дискурстың бастауы, ортасы және соңы болатыны белгілі. Сахна тіліндегі дискурс дайындықсыз еркін түрде жүзеге аспайды. Сахна тілі эмоция мен экспрессияға бай болып келеді.

Тілтанушы, профессор Р. Сыздықова: «Сөйлеу мәдениеті дегеніміз – ауызша сөйлеудің жалпы тіл мәдениетіне қойылатын талаптармен қатар өзіне тән формалардың сақталуы болып табылады. Бұл нормада сөйлеу үлгісіндегі сөз-

дерді дыбыстау, сөздің сазын келтіріп айту тәртібін айтады» - деп атап көрсетті (Сыздықова Д., 1995). Ал, сахналық сөйлеу мәдениеті деп – сахна тілі заңдылықтарын ұстана отырып ойлы, бейнелі сөздің айтылу техникаларын терең меңгеріп және шығарманың жанрлық айырмашылығы мен стильдік ерекшеліктеріне қарай сөз саптау мәнерін келтіріп айту тәртібі деуге болады (Хожамбердиев О., 2012). Мысалы, драматургияда автордың идеясы болады.

Ойталқы

Көпшілік алдында сөйлеу өнері – ақпаратты аудиторияға жинақы, дұрыс жеткізуімен және тыңдаушыны сендіре алуымен ерекшеленеді. Сөйлеуші театр актері, телеарна жүргізушісі болуы мүмкін. Бірақ екеуінің де қызметі аудиториясын шынайы жүзімен сендіре алуы керек. Көпшілік алдында сөйлеу өнерін дамытудың бірнеше кезеңдері бар. Риторика заңдылықтарын меңгерудің маңызы зор. Әдемі сөйлеу ғана жеткіліксіз, дауыс ырғағы, іс-әрекет, түр-әлпеттің сенімділігі, ым-ишара т.б. элементтер де аудиторияға әсер етеді. Көпшілік алдында сөйлеу өнерінің екі кезеңі бар. Бірі – коммуникацияға дейін, екіншісі – коммуникация кезеңі, демек аудиториямен жұмыс уақыты. Алғашқы кезеңде тақырып пен мақсат-міндет айқындалады. Тақырыпты тандауда сөйлеуші өзіне етене жақын, өзі жақсы меңгерген саланы тандағаны дұрыс. Сонда ғана ол шынайы шығады. Және белгіленген уақытқа сай дайындалған дұрыс. Аз уақытқа көп дүние сыйғызамын деп, асығып-аптығу қажет емес. Шекспир: «Аз сөз болса да, салмағы болсын» дейді (Кухарев Н., 2000). Сонымен қатар, мүмкіндік болса бірнеше күн бұрын дайындықты бастаған жөн. Бұл түйінді ойларды жинақтауға көмектеседі. Сөйленетін сөздерді қысқаша тезис дайындап алған да артықтық етпейді. Деректер мен дәйектерді мұқият тексеріп қана аудиторияға ұсынған абзал.

Дауысты шынықтыру да үлкен еңбекті қажет етеді. Дыбысты «тәрбиелеу» үш сатыдан тұрады. Біріншіден, дұрыс дем алу жаттығулары, тіл, ерін мен жақ бұлшық еттерін шынықтыру. Бұл сөйлеушінің өзіне де, сөзіне де еркіндік береді. Сөйлеуші үлкен күш жұмсамай-ақ дауысын үлкен аудиторияларда меңгере алады. Жаттығулардың қортындысы сенім мен көңіл-күй тұрақтылығын сыйға тартады.

Екінші енді осы ие болған сенім мен еркіндік бірден көпшілік алдына келгенде, біршама қиындыққа тап болады. Ол алдымен жоғарғы және төменгі резонанстарды қолдана алмау қиынды-

ғы. Біреу тек жоғары резонанспен сөйлеуді әдет қылуы мүмкін. Ол өзіне ұнап кететіні соншалық, ажырамас әдет болады. Жаңғырған дауыс жалықтырады. Сондықтан, дауыстың төменгі және жоғарғы ноталарын тең меңгеруді, алма-кезек ауыстыра пайдалануды үйренген жөн.

Аудиторияны басқарудың негізгі элементтері:

Фраза. Мақал-мәтел, нақыл сөздерді қолдану тиімді тәсілдердің бірі. Бірақ, он екі сөзден артық фразалар адамның есінде сақталмайды екен. Мүмкіндігінше қысқа, нұсқа, түсінікті нұсқаларды пайдалануды ұсынамыз.

Үзіліс. Аз ғана үзіліс, іркіліс, үнсіздік аудитория назарын аудартудың бір жолы. Төрт-бес секундтық үнсіздік өте көп ақпарат айтқаннан соң немесе түсінуге күрделі мәселеден соң аудиторияның ой қорытуына көмектеседі.

Аудиториямен байланыс. Аудиторияның көңіл-күйі мен тақырыпқа деген ықылас-ынтасын байқау қиын емес. «Бәріміз білетіндей» немесе «бұл мәселе сіздерге таныс» дегендей назарын аудартуға болады. Дискуссия, диалог құру сөйлеушінің шеберлігін танытады. Кейде ауыр тақырыптарды қаузағанда арасында әзіл де айтып, көңіл-күйлерін көтеріп, атмосфераны реттеп отыруға болады. Сонымен қатар, сөз басталмай сөйлеуші амандасып, өзін таныстыруды және соңында рахмет айтып, қоштасуды ұмытпаған жөн.

Имидж. Сөйлеушінің киімі мен шаш үлгісі жалпы сырт келбеті өте маңызды рөл атқарады. Сырт келбеті мен сөзі сай сөйлеушіні аудитория құрметтейтіні анық. Тілді әдемі жаза білу бар, сөйлей білу бар. Сонымен қатар оны халыққа жеткізе білу бар. Сол тілді халыққа әдемі, мәнерлі, сазды жеткізе білу үшін көпшілік алдында сөйлеу өнерін жетілдіру ауадай қажет.

Бүгінде OpenTED сияқты көпшілік алдында әртүрлі тақырыптарда сөз қозғайтын мотивациялық платформалар әлемдік деңгейде қолға алынууда. Бұл аудиторияны басқарудың, әр елдің мәдени байланыстарын нығайтудың жаңа формасы. Қазақ тіліндегі TED жобалар өз нәтижелерін беруде. YouTube-тегі видеолардың қаралым саны кем дегенде 1 млн. асады. Шведтік статистик Ганс Рослингтің баяндамалары 20 млн. аса қаралымдарға ие. Сөз сөйлеу өнерін ертеректе адамдар театр, сахна тілінен, телеарна тілінен меңгерсе, бүгінде интернет желісінің де әсері сезілуде. Бұл әлемдік тенденция адамдардың рухани кемелденуіне өз әсерін тигізуде. Шешендік өнер, батырлар жырынан бергі киелі сөз өнерін жаңартып, жаңғыртып халық санасына сіңіру қажет-ақ.

Ғылыми еңбектерге шолу. Көпшілік алдында сөйлеу өнері ертеден-ақ еліміздегі көптеген әдебиетшілер мен ғалымдардың, театртанушылардың зерттеу объектісі болып келгені белгілі. Ертеректегі зерттеулер (Әуезов М., 1996), (Қуандықов Қ., 1972), (Байсеркенов М., 1993), (Құндақбаев Б., 1997) мен кейінгі зерттеулерде (Оразбай С., 2000), (Сығай Ә., 2004), (Сығай Ә., 2006), (Нұрпейіс Б., 2014), (Жақсылықова М., 2014), т.б. көптеген іргелі ғылыми еңбектерінде жалғасын тапты. Бұл еңбектерде жалпы ұлттық театрдың шығармашылық болмысы, жетістіктері мен кемшіліктері ғылыми тұрғыдан қарастырылған.

Сөз өнері мен сахна тілі туралы зерттеулер Р. Қаныбаева, Д. Тұранқұлова, М. Омарбаева, С. Жақан, М. Әбзелбаев, Ш. Берсүгірова тәрізді мамандардың еңбектерінде орын алған. Көпшілік алдында сөйлеу өнерінің негізгі объектісі ол театр және телеарналар. Бірақ бұл салалардың өзіндік ерекшеліктері мен айырмашықтары баршылық.

Нәтиже

«Сөз» – қарым-қатынас пен тілдесу аспабы. Кез келген аспаптың ыстық-суықтан, күн мен желден қорғайтын тәсілі бар. Ал сөзді қалай сақтаймыз? Оны тереңде сақтайтын зерде, сыртын қаптайтын сана. Демек, аудиторияны меңгерудің де өзіндік жолдары бар.

Тыңдаушыларды бағалау. Аудиторияны алдын ала білген артықтық етпейді. Кімдерге арналады? Қозғалатын тақырып өзекті ме? Демек аудиторияның жасын, білім деңгейін, мамандықтарын, жалпы қызығушылықтарын зерттеп, білген дұрыс.

Сананы кодтау. Материалдарды іріктеу, сөйленімнің логикалық-композициялық құрылымын санада сіңіру, сөйленім тілі мен стилімен жұмыс жасау. Дайындық жұмыстарын жүргізу.

Аудио, видео түсірілімдер мен хронометражбен дайындалу.

Коммуникативті кезең негізгі үш бөліктен тұрады. Олар: кіріспе – 10%, негізгі бөлім – 60%, қорытынды – 30%. Кіріспедегі алғашқы 2 минутты тиімді пайдаланған сөйлеуші аяғына дейін аудиторияны жақсы меңгереді. Өйткені зерттеулер бойынша, адамның алғашқы берген ақпараты оның білімі мен сөйлеу этикасын танытады [16]. Ары қарай аудитория өзі шешеді, не соңына дейін тыңдайды, не селсоқ отырады. Сондықтан мүмкіндігінше жинақы ойлардың түйіні алғашқы сөздерде айтылғаны жөн. Негізгі бөлімде көтеріліп отырған мәселелер мен мүмкіндіктердің шешуші жолдары айтылуы тиіс. Нақты ақпараттар мен тексерілген фактілерден мысал келтіріледі. Қорытындыда идея мен мазмұн түйінделеді, нақты ұсыныстар айтылады. Аудиториямен байланыс орнатуға болады.

Қорытынды

Сөйлеу мәдениетінің тамыры тереңде, әрі оның жоғары формасы көпшілік алдында сөйлеу өнері екені мәлім. Сол себепті сөйлеу өнерінің тарихы тереңде. «Риториканың» негізін салған көрнекті өкілдер – Протогор, Цицерон, Платон, Аристотель, Сократ, Георгий, Исократ, Демосфен, Лисий, Антифонт, Андокид, Исий, Гиперид, Ликург т.б. еңбектерін ерекше айтуға болады. Әрбір сөз өнерінің тізгінін ұстаған қаламгер, актер, медиа мамандары олардың еңбектерімен танысса артық етпейді.

Сөз шеберлігінің ең маңызды элементтерінің бірі – түпкі мақсат пен үзілмес әрекет желісі. Түпкі мақсат анықталып, соған жететін жолда үзілмей жасалған әрекет жағдайлары дұрыс бағаланса ғана сөйлеушінің нәтижеге қол жеткізе алатыны сөзсіз.

Әдебиеттер

- Әуезов М. (1996). Жалпы театр өнері мен қазақ театры. Шығармалар жиырма томдығы. – Алматы. – 143 б.
 Байсеркенов М. (1993). Сахна және актер. – Алматы.
 Жақсылықова М. (2014). Қазақ кәсіби актерлік өнерінің даму ерекшеліктері: зерттеулер, мақалалар. – Алматы: «Қаратау КБ» ЖШС, «Дәстүр». – 384 б.
 Кухарев Н.В. (2000). На пути к профессиональному совершенству. – М.
 Айнабеков Т. (2005). Қабуснама /өзбек тілінен аударған және алғы сөзін жазған. – Алматы. – 160 б.
 Қуандықов Қ. (1972). Театрда туған ойлар. – Алматы: Жазушы. – 220 б.
 Құндақбаев Б. (1997). Мұхтар Әуезов және театр. – Алматы: Ғылым. – 245 б.
 Нұрғалиев Р. (1983). Талант тағдыры. – Алматы: Жазушы. – 327 б.
 Нұрпейіс Б. (2014). Қазақ театр өнерінің қалыптасуы мен даму кезеңдері 1915 – 2005. – Алматы: «Дәстүр». – 520 б.
 Оразбай С. (2000). Сахна шеберінің өмірі мен шығармашылығы хақында / (Құрастырған Ж. Сәрсек). – Алматы: Атамұра. – 304 б.

- Сығай Ә. (2006). Театр поэзиясын пір тұтқан. – Алматы. – 247 б.
- Сығай Ә. (2004). Толғам (Театр туралы толғаныс). – Алматы: Парасат. – 392 б.
- Сыздықова Р. (1995). Сөз сазы. – Алматы: Санат, – 117 б.
- Тұранқұлова Д. (2016). Сахна тілі. – Алматы: Білім, – 214 б.
- Уәли Н. (2007). Қазақ сөз мәдениетінің негіздері: филология ғылымдарының докторы ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы. – 330 б.
- Хожамбердиев О. (2012). Сөйлеу мәдениетінің сахналық сипатын білеміз бе? // «Ақиқат» журналы №7. – Алматы.

References

- Auezov M. Zhalpy teatr oneri men qazaq teatry. Shygarmalar zhiyrma tomдыgy [General theater art and Kazakh theater. The pieces are twenty volumes.]. – Almaty: 1996. – 143 b.
- Baiserkenov M. Sahna zhane akter. [Scene and Actor.] Almaty. 1993.
- Jaqsylыqova M. Qazaq kasibi akterlik onerinin damu erekshelekteri: Zertteuler, maqalalar. [Features of the development of Kazakh professional acting arts: research, articles.]. – Almaty: «Karatau KB» ZHSHS, «Dastur», 2014.– 384 b.
- Kuharev N.V. Na puti k professional'nomu sovershenstvu. [Doing so is a professional adventure.]. – M.:2000.
- Qabusnama /ozbek tilinen audargan zhane algy sozin zhazgan T.Ainabekov/. [The story /translated from Uzbek and into kazakh]– Almaty, 2005.-160 b.
- Quandyqov K. Teatrdа tugan oilar. [Thoughts born in the theater.]. – Almaty: Zhazushy, 1972. – 220 b.
- Qundaqbaev B. Mukhtar Auezov zhane teatr. [Mukhtar Auezov and theater.]. – Almaty: Gylym, 1997. – 245 b.
- Nurgaliev R. Talant tagdyry. [Talent Fate.]. – Almaty: Zhazushy, 1983. – 327 b.
- Nurpeiіs B. Qazaq teatr onerinin qalyptasuy men damu kezenderi 1915 – 2005. [Formation and development of Kazakh theatrical art 1915 - 2005] Almaty: «Dastur», 2014. – 520 b.
- Orazbaj S. Sahna sheberinin omiri men shygarmashylygy haqynda (Qurastyrgan Zh.Sarsek). [About the life and creativity of the Scene Master (Created by J. Sarsek).]. – Almaty: Atamura, 2000. – 304 b.
- Syгаі A. Teatr poeziyasyn pir tutqan. [He has a theater poetry.]. – Almaty, 2006. – 247 b.
- Syгаі A. Tolgam (Teatr turaly tolgany). [Theater of Excellence.]. – Almaty: Parasat. – 2004. – 392 b.
- Syzdyqova R. Soz sazy. [Speech sounds]– Almaty: Sanat, 1995. –117 b.
- Turanqulova D. Sahna tili.[Language of the scene] – Almaty: Bilim, 2016. –214 b.
- Uali N. Qazaq soz madenietinin negizderi // filologiya gylymdarynyn doktory gylymi darezhesin alu ushin daiyndalghan dissertaciya. [The basis of the Kazakh language] – Almaty, 2007.–330 b.
- Kozhamberdiev O. Soileu madenietinin sahnalyq sipatyn bilemiz be? [Do you know the stage character of the culture of speech?] // «Aqiqat» zhurnaly №7, – Almaty, 2012.

Жаксыбаева Ш.А.

магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: sholpan.zhaksy@gmail.com

**ОСВЕЩЕНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ
И ОБРАЗ МИГРАНТА В СМИ**

Миграционные процессы являются весьма актуальными для Казахстана. Дисбаланс развития между странами региона, транзитная составляющая территории Казахстана, сложный межнациональный состав стран способствуют перманентному контролю миграционной политики республик.

Чаще всего трудовых мигрантов называют «гастарбайтерами», термин имеет иронический характер. Мигранты – люди, вынужденные приехать на заработки из-за сложного экономического положения. В связи с чем, у общественности принимающей страны формируется пренебрежительное отношение к «гостям-работникам», как к разносчикам «заразы», зачинщикам криминальной ситуации и других стереотипов.

Задача СМИ – обеспечить должное восприятие общественностью проблем миграции: понимание глобальности данной темы, объективная оценка миграционных процессов, «нормальный» образ мигранта и т.д.

В современных изданиях довольно заметно акцентируется идея «мы». И в данном случае, журналистам выгодна идея «свои» и «чужие» для привлечения аудитории. По мнению исследователей данной темы, образ мигранта в СМИ – это многоступенчатая конструкция, состоящая из личностных и редакционных установок, стереотипов, противопоставлений, речевой агрессии и т.д.

Анализ публикации в средствах массовой информации и социальных сетях Казахстана позволяет разделить проблемы миграционного процесса на темы: криминал, международные конфликты, межнациональные/ международные браки.

Роль и ответственность средств массовой информации в регулировании миграционных процессов состоит в том, чтобы разъяснять законы и правила трудовой миграции и эмиграции, объективно информировать о миграционных процессах и событиях, связанных с ним, создавать «нормальный» образ мигранта.

Ключевые слова: миграция, мигранты, масс-медиа, ответственность СМИ.

Zhaksybaeva Sh.

Master, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: sholpan.zhaksy@gmail.com

Coverage of migration processes and the image of a migrant in the media

Migration processes are very relevant for Kazakhstan. The imbalance of development between the countries of the region; the transit component of the territory of Kazakhstan; the complex interethnic composition of countries contribute to the permanent control of the migration policy of the republics.

Most often, labor migrants are called “guest workers”, the term has an ironic character. Migrants are people forced to come to work because of a difficult economic situation. In this connection, the public of the host country has a contemptuous attitude towards “guest-workers” as to the spreaders of the “contagion”, instigators of the criminal situation and other stereotypes.

The task of the media is to ensure proper public perception of migration issues: an understanding of the global nature of this topic, an objective assessment of migration processes, a “normal” image of a migrant, etc.

In modern publications, the idea of “we” is rather emphasized. And in this case, journalists benefit from the idea of “their” and “others” to attract the audience. According to researchers of this topic, the

image of a migrant in the media is a multi-stage design, consisting of personal and editorial settings, stereotypes, oppositions, verbal aggression, etc.

The analysis of the publication in the mass media and social networks of Kazakhstan allows us to divide the problems of the migration process into themes: crime, international conflicts, interethnic / international marriages.

The role and responsibility of the media in regulating migration processes is to explain the laws and regulations of labor migration and emigration, to inform objectively about migration processes and events related to it, to create a "normal" image of the migrant.

Key words: migration, migrants, mass media, responsibility of the media.

Жақсыбаева Ш.А.

магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: sholpan.zhaksy@gmail.com

Бұқаралық ақпарат құралдарында көші-қон үдерістерін және мигранттардың имиджін қамту

Көші-қон процестері Қазақстан үшін өте маңызды. Аймақтың елдері, Қазақстанның аумағы транзиттік компоненті, елдердің күрделі этносаралық құрамы арасындағы теңгерімсіздік республикалардың көші-қон саясатына үнемі бақылау жасайды.

Еңбек мигранттары жиі қоныс аударушылар «гастарбайтер» деп аталады. Терминнің шығу тегі теріс коннотацияға ие. Мигранттар, көбінесе, қиын экономикалық жағдайға байланысты жұмысқа келуге мәжбүр болған адамдар. Осыған байланысты, қабылдаушы елдің жұртшылығы «жұқтыру» таратушыларына, қылмыстық ахуалдың бастамашыларына және басқа да стереотиптерге қатысты «қонақтарға» менсінбей қатынас жасайды.

Бұқаралық ақпарат құралдарының міндеті ол көші-қон проблемаларын тиісті түрде қоғамдық қабылдауды қамтамасыз ету: осы тақырыптың жаһандық сипатын түсіну, көші-қон үдерістерін объективті бағалау, мигранттардың «қалыпты» имиджі және т.б.

Қазіргі заманғы басылымдарда «біз» идеясы айтарлықтай байқалады. Және бұл жағдайда журналистер аудиторияны тарту үшін «өздері» және «басқалар» идеясынан пайда көреді. Осы тақырыпты зерттеушілердің пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдарында мигранттың бейнесі жеке және редакциялық параметрлерден, стереотиптерден, оппозициялардан, ауызша агрессиядан және т.б. көптеген кезеңдік дизайн болып табылады.

Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарында және әлеуметтік желілерінде жариялауға талдау жасау бізге көші-қон процесінің проблемаларын тақырыптар: қылмыс, халықаралық қақтығыстар, ұлтаралық / халықаралық некелерге бөлуге мүмкіндік береді.

Көші-қон үдерістерін реттеудегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі мен жауапкершілігі еңбек көші-қоны мен көші-қон туралы заңдар мен ережелер туралы хабардар ету, көші-қон үдерістері мен онымен байланысты оқиғалар туралы объективті хабарлау, «қалыпты» имиджді қалыптастыру болып табылады.

Түйін сөздер: көші-қон, мигранттар, БАҚ, БАҚ-тың жауапкершілігі.

Миграция – это естественный социальный, международный и трансграничный феномен, который служит в качестве инструмента саморегулирования общества, мирового рынка труда. Отмечается, что методы принудительного регулирования мигрантов без учета специфики каждого миграционного потока перестают показывать эффективность. Необходимы все более тонкие инструменты и международное взаимодействие. Помимо этого, даются среднесрочные прогнозы развития миграционных потоков как в мире, так и в Казахстане.

Международная трудовая миграция является важнейшей составляющей международной миграции населения и характеризуется такими чертами, как добровольность, временность/

возвратность и экономическая мотивация. Трудовым мигрантом является человек, который перемещается в другую страну с целью найма на работу к иностранному физическому или юридическому лицу. МОТ выделяет несколько категорий мигрантов:

1) сезонные рабочие-мигранты – люди, работающие в государстве, не являющемся их собственным государством, в течение некоторой части года, потому что работа, которую они выполняют, зависит от сезонных условий;

2) трудящиеся мигранты, связанные с реализацией проекта – трудящиеся мигранты, допущенные в государство трудоустройства на определенный период для работы исключительно по определенному проекту;

3) трудящиеся мигранты, работающие по контракту, который устанавливает ограничения по сроку занятости и по типу работы, выполняемой мигрантом;

4) временные трудящиеся мигранты – люди, допущенные в страну, не являющуюся их собственной страной, для выполнения в течение ограниченного срока определенной профессиональной деятельности. Они могут менять работодателей и возобновлять разрешение на работу без необходимости выезда из страны трудоустройства;

5) обосновавшиеся трудящиеся мигранты – трудящиеся мигранты, которым после пребывания в стране трудоустройства в течение нескольких лет предоставляется разрешение на проживание (вид на жительство) в этой стране с неопределенным сроком и разрешение на работу без особых ограничений. Обосновавшимся трудящимся мигрантам не требуется выезжать из страны трудоустройства, когда у них нет работы и им обычно предоставляется право воссоединения с членами семьи при выполнении некоторых условий;

6) высококвалифицированные трудящиеся мигранты – трудящиеся мигранты, которым, благодаря их квалификации, предоставляется режим благоприятствования при допуске в страну, не являющуюся их собственной страной, и на них распространяется меньше ограничений, касающихся сроков пребывания, перемены места работы и воссоединения семьи. Социально демографические аспекты (Метелев С.Е., 2006).

С экономической точки зрения миграция – это прежде всего ответ на отсутствие развития. Если люди стараются улучшить свой уровень жизни, то при всех прочих равных условиях, чем больше будет разница в доходах, чем больше будет разрыв в возможностях найти работу, тем больше будет естественная склонность к миграции (Тапинос Ж., 2001).

Отношение к миграции в современном мире кардинально меняется. Из негативного явления, угрозы, неуправляемого процесса она начинает восприниматься как нечто, что может быть использовано как реципиентом, то есть принимающим миграцию, так и страной-донором.

Миграционные процессы являются весьма актуальными для Казахстана и центрально-азиатского региона в целом. Дисбаланс развития между странами региона, транзитная составляющая территории Казахстана, сложный межнациональный состав страны способствуют перманентному контролю миграционной поли-

тики республики. Вопросы миграции находятся под постоянным вниманием Главы государства. Можно отметить, что руководство Казахстана не склонно к предвзятому отношению к миграционному вопросу, усматривая в этом исключительно экономические мотивы (Зозуля Т.Н., Майкотов Р.Б., 2012).

Как отмечает американский ученый У. Истерли: «Эмигранты покидают родную страну, унося с собой трудовые навыки, которые могли бы способствовать развитию отечества (Истерли У., 2016).

За период суверенитета Казахстаном накоплен богатый опыт регулирования внутренних и внешних потоков, а также проведены различные исследования. Однако, претерпели изменения векторы миграции, изменился количественный и качественный состав мигрантов, получило развитие правовое поле (Жангуттина Г.О., 2004).

Роль средств массовой информации в миграционных процессах, безусловно, актуальна. Задача должного восприятия общественностью проблем миграции является ответственностью СМИ. Создание образа мигранта, понимание глобальности данной темы, объективная оценка миграционных процессов позволят сделать верные шаги в регулировании вопросов миграции.

Чаще всего, трудовых мигрантов называют «гастарбайтерами». В немецком языке термин «гастарбайтер» изначально имел несколько другой смысл. Он был введен в обиход с целью замены существовавшего до этого термина «Фремдарбайтер» (нем. *Fremdarbeiter*), существовавшего с нацистских времён и обозначающего работников, привезённых с целью принудительных работ в Германии. Новый термин не нес негативной окраски старого термина, и обозначал работников, добровольно приехавших для работы в Германию по приглашению немецкого правительства. Поток мигрантов в СНГ не был вызван приглашениями, как в Германии, поэтому слово «гастарбайтер» носит иронический характер. Сами гастарбайтеры в СНГ зачастую считают применение к ним этого термина оскорбительным (wikipedia.org). Термин по происхождению уже несет в себе негативный оттенок.

Мигранты – чаще всего люди, вынужденные приехать на заработки из-за сложного экономического положения. В связи с чем у общественности принимающей страны формируется пренебрежительное отношение к «гостям-работникам» как к разносчикам «заразы», зачинщикам кризисной ситуации и других стереотипов.

Будучи Главой Республики Дагестан, Р. Абдулатипов пишет: «Около 30% врачей в Ульяновской области – выпускники Душанбинского мединститута. Почему никто не показывает, какие уникальные операции они проводят? В России есть выходцы из Таджикистана – директора научно-исследовательских институтов. Почему мы все время демонстрируем таджика, который, опустив голову, копает землю и двух слов связать не может?» (Котенок Ю., 2009).

Конечно, есть две стороны медали и каждый случай, касающийся мигрантов, индивидуален. Частые стычки между гражданами Китая и местными работниками на совместных предприятиях в Казахстане вынуждают констатировать о не всегда благоприятном образе мигранта (Неделько Ф., 2018).

С целью анализа по освещению темы мигрантов в СМИ был проведен опрос (<https://docs.google.com>), согласно которому можно сделать следующие выводы:

На вопрос «Считаете ли Вы объективной информацию в СМИ (телевидение и интернет) о незаконной деятельности мигрантов в Вашей стране?» 70% респондентов ответили «нет». Данный момент демонстрирует низкую степень доверия аудитории местным СМИ в освещении темы мигрантов.

На вопрос «Нужно ли создавать особые льготные условия для мигрантов в стране?» ответы вышли неоднозначными, мнения разделились 50/50.

Также опрашиваемые усомнились в правдивости средств массовой информации, освещавших инцидент между строителями Абу-Даби Плаза в Астане. На вопрос «Считаете ли Вы, что СМИ честно освещают острые вопросы касательно мигрантов?» 80% респондентов ответили отрицательно.

«Считаете ли Вы, что мигранты могут принести доход государству? (создают спрос на продукты питания, медицину и аренду недвижимости)» – 60% опрошенных считают, что временно проживающие мигранты приносят доход государству, несмотря на отток денег из страны в пользу стран-соседей, откуда и прибыли рабочие.

Чуть больше половины респондентов (58%) считают, что мигранты провоцируют криминальную обстановку в стране. С этим нельзя не согласиться, так как в составе ОПГ и других запрещенных организаций мигранты имеют место быть.

На вопрос «При освещении информации о преступлении важно ли Вам знать об этничес-

ком происхождении преступника?» 62% опрошенных считают, что этническое происхождение не связано с преступной деятельностью определенных лиц.

В вопросе «Какие чувства вызывают у вас новости, связанные с незаконной деятельностью мигрантов в Вашей стране?» 46% респондентам подобного рода новости безразличны; 30% испытывают гнев, а 24% – жалость.

«Согласны ли Вы с мнением, что мигранты занимают рабочие места у местного населения?» В этом вопросе 42% опрошенных не согласны, 26% согласны с таким мнением, а для 32% респондентов данный вопрос был затруднительным.

Таким образом, можно сказать, что казахстанцы держат нейтральную позицию к проблемам освещения в СМИ вопросов о мигрантах. Однако при этом считают, что среди мигрантов можно чаще выявить социально деструктивных людей, за которыми необходим контроль. Также, что немаловажно, большая часть респондентов не доверяет местным СМИ касательно темы мигрантов в Казахстане.

Алматы является основным городом в Казахстане, где много мигрантов. Для определения отношений к мигрантам проведено исследование среди алматинцев (<https://docs.google.com/forms>). В результате большая часть опрошенных считает, что мигрантов много и это может привести к проблемам в будущем. На вопрос «Можно ли считать, что в Вашем городе существует проблема иммиграции?» многие ответили, что проблема существует, но не касается опрошенных. Это может говорить о недостаточной информированности населения, так как проблема миграции касается всех сегментов общества. Опрошенные считают, что отношение местного населения к мигрантам равнодушное и скорее отрицательное, чем положительное. Почти половина опрошенных согласна с нынешней политикой Казахстана в отношении мигрантов, и она, по их мнению, не нуждается в изменениях. Довольно большое количество людей видят образ мигрантов в СМИ резко негативным и отрицательным. Больше половины опрошенных не испытывают никаких эмоций при негативных новостных событиях, связанных с мигрантами.

Анализ публикации в средствах массовой информации (газеты «Казахстанская правда», «Егемен Казахстан», «Жас Алаш», «Айқын», «Экспресс К», «Литер» и социальных сетях Abai.kz, qamshy.kz, El.kz, Baq.kz, Facebook) позволяет разделить проблемы миграционного процесса на темы: криминал (таб.1), международные конф-

ликты (таб.2), межнациональные/ международные браки (таб.3). Также можем определить

различия в освещении данных тем в СМИ и социальных сетях на казахском и русском языках:

Таблица 1 – Криминал

Период	Русскоязычные СМИ и социальные медиа	Казахоязычные СМИ и социальные медиа
2000 г. – 2010 г.	Проблема миграции не стоит остро. Отношение у населения к национальной принадлежности преступников нейтральное. Негативных публикаций в социальных медиа мало.	В СМИ мало освещается тема криминала с участием мигрантов. Возмущение населения особо не выражено. Не делается акцент на национальную принадлежность преступника.
2011 г. – март 2018 г.	Резко встает проблема мигрантов. Отношение населения к преступникам другой национальности более негативное. СМИ некомпетентны. Нарочное «очернение» мигрантов используется для привлечения внимания и просмотров. Начинается волна публикаций об «опасности со стороны Китая» негативного оттенка. Мигрантов из Средней Азии считают потенциальными террористами. Социальные медиа переполнены публикациями, связанными с мигрантами.	Проблема мигрантов приобретает массовый характер и религиозный оттенок. Ситуация схожа с русскоязычными СМИ, но носит более негативный характер. Уже сформировались и начинают укрепляться негативные стереотипы.

Таблица 2 – Международные конфликты

Период	Русскоязычные СМИ и социальные медиа	Казахоязычные СМИ и социальные медиа
2000 г. – март 2018 г.	Терракты широко освещаются в СМИ. Отношение к мигрантам приобретает резко негативный характер. Социальные медиа становятся площадкой для разжигания межнациональной ненависти и конфликтов.	Ситуация схожа, но также носит более негативный характер. Публикации в СМИ более эмоциональны и субъективны.

Таблица 3 – Межнациональные, международные браки

Период	Русскоязычные СМИ и социальные медиа	Казахоязычные СМИ и социальные медиа
2000 г. – март 2018 г.	В основном, отношение нейтральное. Отсутствует ярко выраженный негативный оттенок. В социальных медиа присутствует возмущение, но его мало. СМИ освещают лишь самые громкие случаи.	Преобладает резко негативное отношение. С 2014 года не утихает заинтересованность в вербовке казахстанцев через брак. Публикации в социальных сетях носят более негативный характер, чем публикации в СМИ

Важно освещение миграции не только с позиции политико-правового и экономического подхода, но и социологического, так как миграция зачастую не может быть урегулирована в чистом виде политическими или юридическими инструментами. Данная проблема лежит на стыке между общественной психологией, мотивациями, экономикой, эффективностью политико-правовой системы.

Так, зарубежные ученые С. Кастлес и М. Миллер анализируют феномен миграции во всех возможных измерениях: экономическом,

политическом, административном, социокультурном, гуманитарном (Кастлес С. и Миллер М., 2009).

Британский социолог, профессор Г. Стэндинг в книге «Прекариат: новый опасный класс» определяет новый класс – прекариат (от англ. precarious – ненадежный), число которого неуклонно растет и включает в себя все новые страны и формы социальной жизни (временные рабочие-мигранты, стажеры, фрилансеры, работники креативных индустрий). «Осознать заботы и проблемы «нового опасного класса» и понять

возможные пути их решения – одна из главных задач нашего времени» (Стэндинг Г., 2014).

Немецкий ученый Т. Файст считает, что необходим систематический подход в изучении взаимного влияния сложных социальных (политических, экономических, культурных) процессов, а также процессов, происходящих в окружающей среде, на возникновение такого явления, как миграция. (Файст Т., 2016).

Британский социолог Я. Сойсал систематизирует различные научные подходы к миграцион-

ном процессу (Сойсал Я., 2011). Таким образом, опираясь на исследования отечественных и зарубежных авторов, можно констатировать безусловность роли и ответственности средств массовой информации в регулировании миграционных процессов. Задача масс-медиа состоит в том, чтобы информировать о законах и правилах трудовой миграции и эмиграции, объективно информировать о миграционных процессах и событиях, связанных с ним, создавать «нормальный» образ мигранта.

Литература

Жангуттина Г.О. Современные миграционные процессы в Казахстане: состояние и тенденции: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук. – Алматы, – 2004. – С. 7.

Зозуля Т.Н., Майкотов Р.Б. Эффективная миграционная политика как фактор безопасности государства // Вестник ПГУ. 2012. №91/ – С. 83-87

Истерли У. Тирания экспертов. Экономисты, диктаторы и забытые права бедных. – М.: Институт Гайдара, 2016. – С. 15

Castles S., Miller M. The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 4-th. Edition. Basingstoke, Palgrave-Macmillan, 2009. – 369 p.

Котенок Ю. Обедном таджике замолвите слово: [электронный ресурс]. – URL <http://www.utro.ru/articles/2009/04/15/809754.shtml> (дата обращения: 05.02. 2018)

Метелев С.Е. Международная трудовая миграция и развитие российской экономики: – М.: Изд. Юнити-Дана, Закон и право, 2006. С. 45

Неделько Ф. «Противостояние» казахстанцев и китайцев: в чем причина конфликтов, происходящих на китайских нефтяных предприятиях // Караван. 25.03.2018.

Сойсал Я. «Космополитизация» нации и гражданина: европейская дилемма // Государство, миграция и культурный плюрализм в современном мире: мат. Межд. науч. конф. – М.: Изд. ИКАР, 2011. – С. 211

Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. Изд.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – С. 9

Тапинос Ж. Международная миграция населения как фактор экономического развития // Статистика и учет миграции населения. Научная серия: Международная миграции населения: Россия и современный мир. Выпуск 8. – М.: МАКС Пресс. – 2001. – С. 56

Файст Т. Социально-природный вопрос: миграция и неравенство в контексте изменения климата // Транснациональные миграции и современные государства в условиях экономической турбулентности: сб. науч. статей. – М.: Изд. Дело РАН-ХиГС, 2016. – С. 55.

<https://ru.wikipedia.org/wiki/>

https://docs.google.com/forms/d/1azMSRCX4vCbGJdcTgJwpXgmuoBlvS0j9uyL7sMx4DIY/edit?usp=drive_web

<https://drive.google.com/open?id=1jK-vCxUG71vtOaivDqDE9kG-Cu9cEr0rRHW6-NRD5HE>

References

Zhanguttina G.O. Sovremennie migratsionnye peotsessi v Kazakhstane: sostoianie I tendensii [Modern migration processes in Kazakhstan: state and trends]: avtoref. diss. Na soisk. uchen. step. kand. ekon. nauk. – Almaty, – 2004. – S. 7.

Zozulia T.N., Maikotov R.B. Effektivnaia migratsionnaia politika kak factor bezopasnosti gosudarstva [Effective Migration Policy as a Factor of State Security] / Vectnik PGU. 2012. №91. S. C. 83-87

Easterly W. Tirania ekspertov. Ekonomisty, diktatory I zabitie prava bednih. [Tyranny of experts. Economists, dictators and forgotten rights of the poor]. M.: Institut Gaidara, 2016. S. 15

Castles S., Miller M. The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. 4-th. Edition. Basingstoke, Palgrave-Macmillan, 2009. – 369 p.

Kotenok Iu. O bednom tadjike zamolvite slovo [About the poor Tajiks, say the word]: [elektr. resurs]. – URL <http://www.utro.ru/articles/2009/04/15/809754.shtml> (data obraschenia: 05.02. 2018)

Metelov S.E. Mejdunarodnaia trudovaia migratsia I razvitie rossiiskoi ekonomiki [International Labor Migration and the Development of the Russian Economy]. M: Izd. Iuniti -Dana, Zakon I pravo, – 2006. S. 45

Nedelko F. «Protivostoianie» kazakhstantsev i kitaitsev: v chem prichina konfliktov, proishodiachih na kitaiskih nefnianih predpriatiakh [«Confrontation» between Kazakhstanis and Chinese: what is the cause of the conflicts taking place at Chinese oil enterprises] / Karavan. 25.03.2018.

Soisal Ia. «Kosmopolitizathia» natsi I grajdanina: evropeiskia dilemma [«Cosmopolitanization» of the nation and citizen: the

European dilemma] // Gosudarstvo, migratsia i kulturnii pliuralizm v sovremennom mire: mat. Mejd. nauchn. konf. – M.: Izd. IKAR, – 2011. – S. 211

Stending G. Prekariat: novii opasnii klass [Prekaryat: a new dangerous class]. Izd.: Ad Marginem Press. – 2014. S.9

Tapinos J. Mejdunarodnaia migratsia naselenia kak factor ekonomicheskogo rasvitiia [International population migration as a factor of economic development] / Statistika i uchet migratsii naselenia. Nauchnaia seria: Mejdunarodnaia migratsia naselenia: Rossiia i sovremennii mir. Vipesk 8. – M.: MAKSS Press. – 2001. – S. 56

Faist T. Sotsialno-prirodnoi vopros: migratsia i neravenstvo v kontekste izmeneniia klimata [Socio-natural issue: migration and inequality in the context of climate change] // Transnatsionalnie migratsii i sovremennii gosudarstva v usloviiakh ekonomicheskoi turbulentnosti: sb. nauchn. statei. – M.: Izd. Delo RanxiGS, 2016. – S. 55.

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B5%D1%80>

https://docs.google.com/forms/d/1azMSRCX4vCbGJdcTgjwpXgmuoBIvS0j9uyL7sMx4DIY/edit?usp=drive_web

<https://drive.google.com/open?id=1jK-vCxUG71vtOaivDqDE9kG-Cu9cEr0rRHW6-NRD5HE>

**Sultanbaeva E.^{1*}, Saduakasov A.²,
Ongarbayeva M.S.³, Tuleubayeva B.B.⁴**

¹Senior lecturer, ²Senior lecturer, ³PhD Doctoral student, ⁴Senior Lecturer
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
*e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru, trmeru16@mail.ru

**INTERACTION OF MEDIA CULTURE WITH
THE PUBLIC CONSCIOUSNESS IN THE PROCESS OF GLOBALIZATION**

The object of this article is media culture, its sign system and features of social functioning, its integration impact on modernization processes, the ability to diversify and interact with different cultures in the modern global world.

The subject of the study is the media environment of global modernization, formed in the course of society's adaptation to changing living conditions under the influence of a single information space, a dialogue of cultures at the global, national and regional levels.

The purpose of this article is a comprehensive theoretical study of the concept of media culture as a phenomenon of the information age as an integrator of the global modernization environment of the turn of the 20th and 21st centuries as an important factor in the socialization of the individual.

The scientific novelty of the main results of the research is a complex cultural study of the dialectics of interaction and interaction of the media, the interaction of media culture as a phenomenon of the information age, and the processes of social modernization in the late XX – early XXI centuries.

Key words: Media culture, globalization, media, information space, integration

Сұлтанбаева Э.¹, Сәдуақасов А.², Оңғарбаева М.С.³, Түлеубаева Б.Б.⁴

^{1,2,4} аға оқытушылары, ³ 1 курс PhD докторанты,
әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru, trmeru16@mail.ru

Жаһандану үдерісіндегі БАҚ мәдениетінің қоғамдық санамен өзара әрекеттесуі

Мақаланың нысаны – қазіргі заман жаһандық әлеміндегі белгілердің жүйесін, әлеуметтік қызмет ету ерекшеліктерін қамтитын салалардың бірі медиамәдениеттің әртүрлі мәдениеттердің өзара әрекеттесуіне және әртараптануына ықпал етуі, модернизациялық үдерістерге интеграциялық әсер етуі.

Зерттеудің нысаны бірыңғай ақпараттық кеңістіктің әсерінен өмірдегі жағдайлардың өзгеруіне қоғамның бейімдеу барысында жаһандану, жалпыұлттық және аймақтық деңгейдегі мәдениеттер диалогын қалыптастыратын жаһандық модернизацияның медиаортасы болып табылады.

Аталған мақаланың мақсаты – медиамәдениеттің кешенді теоретикалық зерттеулерінің тұжырымдамалары ақпараттық кезеңнің феномені ретінде, XX-XXI ғасырлар аралығындағы жаһандық модернизация ортасының индикаторы, жеке тұлғалардың әлеуметтенуінің маңызды факторы ретінде.

Мақаланың негізгі зерттеу нәтижелерінің ғылыми тұжырымы XX-XXI ғасырлар аяғындағы ақпараттық кезеңнің жаһандану әлеміндегі әлеуметтік модернизация үдерістерінің феномені ретінде кешенді мәдениеттану зерттеулерінің диалектикасының өзара әсер етуі және БАҚ-пен өзара, медиамәдениетпен өзара әсері ретінде қарастырылады.

Түйін сөздер: медиа мәдениет, жаһандану, БАҚ, ақпараттық кеңістік, интеграция.

Султанбаева Э.¹, Садуакасов А.², Онгарбаева М.С.³, Тулеубаева Б.Б.⁴

^{1,2,4} Старшие преподаватели,

³PhD докторант 1 курса,

Казахского национального университета имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: sultanbaeva_e@mail.ru, trmeru16@mail.ru

Взаимодействие медиакультуры с общественным сознанием в процессе глобализации

Объектом данной статьи является медиакультура, ее знаковая система и особенности социального функционирования, ее интеграционное воздействие на модернизационные процессы, способность к диверсификации и взаимодействию разных культур в современном глобальном мире.

Предметом исследования является медиасреда глобальной модернизации, формирующаяся в ходе адаптации общества к изменяющимся условиям жизни под воздействием единого информационного пространства, диалога культур на глобальном, общенациональном и региональном уровнях.

Цель данной статьи – комплексное теоретическое исследование концепции медиакультуры как феномена информационной эпохи, как интегратора среды глобальной модернизации рубежа XX – XXI веков, как важного фактора социализации личности.

Научная новизна основных результатов исследования заключается в комплексном культурологическом исследовании диалектики взаимодействия со СМИ, взаимовлияния медиакультуры, как феномена информационной эпохи, и процессов социальной модернизации в конце XX – начале XXI века.

Ключевые слова: медиакультура, глобализация, СМИ, информационное пространство, интеграция.

Introduction

The culture of the 20th century (especially western European culture) has lost its steady direction in the development. Many scientists have expressed their opinion on this problem. For example, according to Canadian sociologist, cultural scientist M. Mackleen, the problem comes from the means of information exchange.

M. Macklein links the process of socio-cultural development with changes in the means of direct information exchange and discredits the idea of the continuum idea of cultural development. In the early 1960s, he raised the question of the relevance of cultural backgrounds in the history of humanity to the transformation of basic media. “Everything is in the media!” was said in the thesis of M. Mackleen’s work [Kirillova N.B., 2005: 7].

Today, people who live in the era of advanced science and technology, the media, the place of the main, people relations “VirtualDub”, the Internet and other electronic means, is a priority recipe at the same time. Today’s world is unimaginable without the mass media, not only public opinion, public develops a common culture. Many authors believe that the decline of nation-States and global information distribution network, can not prevent digital information flows, in accordance with this, marketing, production and distribution on a global scale, is mainly dealing.

Castells is well aware of this, but doesn’t eliminate the networks of the national state. Weakening

to a certain extent they can and should go global, but important place. Countries at the global level, in close cooperation with the government of Kazakhstan adopted a resolution that everyone wants to keep their features and the value of their country, which won’t not be reduced.

Released the beginning of the information age the development of physical culture and sport of the city capitalist speaking of the role of globalization in society, Castells writes about that. In connection with the distribution of the global network form of organization is based on the fusion of the same, which, in turn, say that the restriction may remove the manifestation in the activity.

XXI century is the century of information and the accuracy is quite confirmed by his opinion today. Along with the fact that the particles in the flow of information and not much time has passed, are visited every day.

The development of the information society, management of their effects of globalization, the awareness, the clarification of positions, opportunities for effective solutions requires an innovative and active approaches. Among these issues is the main Viandante century: on earth, climate change, loss of traditional ethical principles, the ineffectiveness of the international system. The negative side of globalization, advanced technology and communications, the openness of society. The inhabitants of the globe, terrorism, drug abuse, crime, epidemics, the prevalence of unprotected ethnic conflicts, racism and others.

The purpose of information – intellectual actions, activities, optimizing the world. This year due to the free access of all forms and types of education, each individual, the study of the process of autonomy, subject areas, provide autoformation.

Depending on the social culture and institutions, expressed in various forms San Castell informationalism means the emergence of a new universal space. The social structure of the capitalist mode of production, which, in turn, formed at the end of the twentieth century, as a result of reorganization of a new or informationalism. The last twenty years, Castells understands that in the current global information economy at the same time [Manuel Castells, 2000: 15].

Castells believe that the global economy – as a holistic system in real-time across the planet. The capitalist method of production outside of space and time, trying to pass continuously developed, however, only at the end of the twentieth century in the world economy on the basis of new information and communication technologies infrastructure, which is the basis will only become really.

Today it is a fact that the world's leading developed countries are measuring the criteria for possession and development of information resources. Identifying the development of the Company by the criteria of production, development and use of information and communication benefits, not material resources. Developing countries are counted as only consumers in that information industry. Developing countries, along with information consumption, are also improving their information capacity. Among those countries are China, India, Malaysia, Turkey, Russia, Brazil and so on.

In modern conditions the demand for new information technologies has grown dramatically and has been widely implemented in production. The path to global integration has led to the formation of the market of advanced technologies and equipment, and the desire to sell exceeds the consumer and has led to a decline in the prices and the possibility of small businesses to purchase it. This will help you to see positive trends in computer technology and communications in recent years, which are widely used in public life.

The purpose of informatization is to optimize the world of intellectual activity. This ensures autonomy of each person's learning process, autoformalization of the subject areas through free access to all forms and types of education.

What is the impact of globalization on Kazakhstan now? Whether you are perceived as a “great feast of

the great feast” or whether you are accustomed to this as a global tendency, or in our historic-spiritual experience, we maintain the principles of healthy social activity (labor, family wellbeing, childhood upbringing and healthy lifestyle) Is there a traditional recipe for non-destructive diseases in Kazakhstan? The impact of globalization on the people of Kazakhstan is first of all seen in material culture. Our modern apparel and work tools, household items, architecture transport, and all other material culture in everyday life are all brought to Western standards. And we can not escape now. It would be too skeptical to regard it as the influence of Western culture. However, the daily cultural material culture of the West is more dangerous than standardizing to preserve and multiply our national-spiritual culture.

Kazakhstan is a young state with a strong future, whose country's expectations are justified. One of the brightest ideals of the modernization and modernization epoch is the fact that the formation of a free word, an ambitious spirit is the formation of the world community of the Kazakh people and the role of the world in the era of globalization. Certainly, the fact that the country's problem is a positive decision, not shifting from the right direction, is directly related to the security of our information space. This is the true reality of today [Kulsariyeva A.T., 2006:6].

Modernity is called information, information is an important element in the life of the society, its lifestyle. Information has influenced all aspects of human life as a process of transition to information. The new information technology has opened new pages for the development of science and the scientific community. E-mail, computer conferences require intensive discussion of the issues that are closely linked to the scientists. Informatics of scientific research is the implementation of complex measures aimed at obtaining accurate, timely, full knowledge of research objects.

If information in the information society is demanded by show-business, sports, natural disasters and shooting, first of all, the country's issues should be upset. It is not enough to disseminate public opinion and to formulate it. Unfortunately, some media outlets in the country have a high degree of readiness to ignore the viewer's opinion, change their idea. This is especially true of publications covering independence. Of course, any newspaper has its own direction. It finds its audience according to their own peculiarities. However, it is important for you to avoid false information and to avoid unnecessary information, entries, and content that is unsound. Otherwise, there are a lot of bells today.

The objective of the newspaper should explicitly clarify and open this information [Kellner D., 2003:6].

With the advent of mass media their importance is highlighted. This phenomenon of media has huge value in the modern world of information technologies. There was a need for research of mass communication as a branch of science. In a certain period of time, in the field of sciences the theory of mass communication started its development.

He also highlighted that the identity of interactions between individuals which is formed in their consciousness allows each of them to assume a role of another when as a result the experience which is saved up by people appears at them in such a way that it is for them valid and available [Focht-Babushkin Yu., 2001:54].

In the following way of research in the frame of mass communication theory some important aspects of media communication were defined. When performing a role of mass communication as social actor between a communicator and the recipient there are different relations, they are united by the general thoughts concerning the distributed information. This concept formed a basis of researches about communication.

Also, other mass media except periodicals started their activity. Now the concept of “mass communication” got the general for all value. Then as its important element there was a concept “audience”, influenced acquisition of special value of the theory of mass communication. For the first time these concepts were called in U. Lippman’s works, H. Sacks, and G. Blumer, G. Lasswell conducted their special research [Mikhalkovich V., 1986: 16]. The concept “public” wasn’t understood as the mass; besides, it was offered in the opposite meaning, because the group of individuals operating in the context of the government was considered as the public. Thus, researches of the communicative relations arising between audience and mass media and vice versa were started.

Many researches in the field of the theory of mass communication are applied together with the concepts “public opinion” or “mass consciousness”. That is, these concepts were considered as essential concepts of understanding of the happening global processes and views of its participants. In this understanding “the mass consciousness” was applied against the concept “individual”.

Opinions on mass communication influence on media culture consciousness and behavior of individuals are quite different. There are three looks concerning the level of the prevailing media

influence on behavior of the recipient. At first, the individual feels the general pressure from mass communication it is possible to call it determinant of his consciousness, in a certain level media culture and social behavior.

For example, E. Denis considers that the powers of thinking of the individual influencing his opinion and positions and forcing to execute its defined behavior, are formed by mass communication. Such assessment of mass communication role represents them as the fourth branch of the power. According to the Russian scientist Yu.N.Solodukhin, sharp strengthening of impact of mass media on media culture behavior is observed. According to the scientist, at such moments the power of media culture influences of mass media equals to force of the government [McLuhan M., 2003:17].

Considering a role and the present description of mass communication in media culture processes, and also the problems concerning this communication, it is possible to note especially its opportunities for society and mankind.

According to one of the scientists investigating A.Mol’s theory of mass communication, mass media practically control all our public, political, cultural life. Filtering these processes, mass media isolate important elements of the mass phenomena and events, increase their informative character and reveal communicative value. Showing the value of a certain idea, reject another. Thus, they differentiate mass society [Zasursky Ya. N., 2008: 62].

With a careful analysis of the role of media culture in the information society, relations between people in this society are primarily focused.

“There are three interrelated aspects of communication: the communicative aspect of communication is the exchange of information between people; Interactive aspects of communication include the organization of the relationship between people, for example, when coordinating activities, distributing services or influencing moods, activities, interviews; in the perceptual aspect of communication, the process of establishing partnerships and building mutual understanding on the basis of each other “[9]. Because of censorship, it is difficult to access many data (movies, TV and radio programs, special books, magazines, photographs). “Group activities and communication are carried out on the basis of social norms – in the case of social behavior that regulates interaction and interaction of people”.

“Cultural News” has its own transitional stages: from the creator of the message to the compact group, from the media (newspapers, films, TV

shows, etc.) to a large group or the whole society. Depending on the level of development of the "idea" in the team, most likely, he will return to the developer and create a new idea. Using the method of connection, Yu.M. Lotman said that culture can not exist in one language. The smallest system, for example, is a combination of two parallel languages, such as verbal and visual. [Lotman Yu.N., 1994:17].

V.Ya. Borev and A.K. Kovalenko considers the legacy as a legitimate historical process in his work, which contributes to social needs, promotes mass culture in culture, the functioning of culture and personalization of personality.

V.I. Mikhalkovich's book "Media Media" analyzes modern means of communication. The author says: "It is impossible to imagine the modern world without any disturbing information" [Mikhalkovich V., 1986: 16].

The idea of an information society was first formed in the late 60's and early 70's of the twentieth century. The appearance of the term "information society" was made by a professor at Tokyo University of Technology. It belongs to Hayashi. Information society issues were described in reports submitted by a number of organizations to the government. Agency for Economic Development (EPA: Agency for Economic Planning) – Japanese Information Society: Problems and Methods (1969), Japan Institute for the Development of Computer Use (JACUDI: Japan Institute for the Development of Computer Use) (ISC: Industrial Design Council) – Information Society of Japan Society "(1969)," Information Society Development Plan" (1971). These reports understand that the information society means that in the near future people receive reliable information and provide a high level of autonomy of production. In this case, the nature of the product will change, and "information capacity" will increase, which will require additional innovations. "... production of information products is becoming more and more intense in society and development of education.

Discussion and results

Actually, the technical revolution began with a few dashboards. However, it is characterized by a variety of epochs and favored social attitudes. When the first technical equipment was created,

they created a humane job, but they did not need the person to do it in their work. Today, technology is distinguished from technology by the human factor. It is important to combine the link between cultural information and globalization processes. The paradigmatic idea of the XXI century is evidently globalized. What we say is that globalization demonstrates the significance of any process, process or phenomenon of cultural-social phenomena, either by restricting one nation, by the people, by the state, by civilization or by the continent, but reflecting on all planetary, global, concepts [Mikhalkovich V., 1986:13, 52].

Many authors note that globalization of information networks is a threat to the national states, because the global network can not afford to pay for electronic commerce, and in line with marketing, production and distribution are fundamentally embedded in the global economy. Castels understands that it is good, but rather that the networks kill the national states. They can be infected by a few of them and have to go to the global marketplace, but the place is steadily stagnant. By treating the perceived inner world of the world, every country can strive to preserve its own personality and abstain.

Professor of Moscow State University Z.N. Zasurskii concludes: "As we know, journalism in the world will move to a new level. This is one of the few issues in the world: in the first place, the development of new information technologies, as it opens the way for the mass media to cover journalistic acts, providing for the development of mass media and communication in media, and globalization" [Zasursky Ya. N., 2008: 62]. In fact, modern information technologies have made journalism a qualitatively new level, getting free information and disseminating information that is exhausted. The new mass culture media will be traditionally equipped with the latest information newsletters.

It is known that information communication is carried out rather definite purpose, a certain event. The actions happening within information communication concern achievement by individuals or the social groups for definite purposes. From interrelation of information communication it is possible to consider the levels supplementing each other, and every level has its important information characteristics.

References

- Boreev V., Kovalenko A. (1986) *Kultura i massovaya kommunikatsiya* [Culture and mass communication]. – Moscow: Nauka, – P. 215.
- Kellner D. (2003) [Cultural Studies, identity and politics between the modern and the postmodern]. – NY: The Taylor & Francis Library – 368 p.
- Kirillova N.B. (2005) [Media culture: from the modern to the postmodern]. – Moscow: Academic Project. – P.7.
- Lotman Yu.N. (1994) [Conversations about Russian culture]. – SPb.: Art, – P. 8.
- Larsarieva A. (2006) Thesis. – Kazakhstan, Republic of Kazakhstan, Almaty- 212 b.
- Manuel Castells (2000) [Information age. Economics, Society and Culture]. / translated from English. under the scientific. Ed. O.I. Shkaratan; Gos. un-t. Higher education shk. economy. – M., – 606 p.
- Mikhalkovich V. (1986) [The graphic language of means of communication]. – Moscow: Nauka, – P. 3.
- McLuhan M. (2003) [Media Understanding: External Expansions of Man]. – Moscow: Canon-Press-C, – P. 176.
- Zasursky Y.N. (2008) [Communications in the Knowledge Society]. Russian Journalism: 247 p.
- Foht-Babushkin Yu. (2001) [Art in the life of people]. – Moscow: "Aleteyya", – 306 p.

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім	Раздел 1
Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, заң, экономика	Журналистика: общество, язык, история, политика, закон, экономика

<i>Ахметова Л.С.</i> 1075-ый стрелковый полк. Документы Панфиловской дивизии в ЦАМО РФ для журналистов и исследователей.....	4
<i>Sultanbayeva G.S., Lozhnikova O.P., Kumarova M.K.</i> Information and communication technologies aimed at intellectual nation formation: foreign experience and national model	13
<i>Mukanova G., Moussinova A., Mussinov A.</i> Trends of International Studies on prevention of Religious Radicalism (RR) in Media	21
<i>Негизбаева М.О.</i> Включенность социальных и новых медиа в процесс духовной модернизации	30
<i>Құрманбаева А., Нұрманова М., Оспанова Б.</i> Университеттің имиджіне ықпал ететін негізгі шарттар (әл-Фараби атындағы ҚазҰУ мысалында)	35
<i>Альжанова А., Тілепберген А.</i> XX ғасырдың басындағы қазақ халқы туралы шетелдік жарияланымдар	42
<i>Есенбекова У.М.</i> Роль средств массовых коммуникаций в сохранении духовного и культурного наследия народа	47

2-бөлім	Раздел 2
Ақпарат әлемі	Мир информации

<i>Шыңғысова Н.Т., Жәйлібек Қ., Негізбаева М.О.</i> Мемлекеттік саясат басым бағыттары жүйесіндегі ел имиджінің қалыптасу ерекшеліктері	54
<i>Мысаяева К.</i> How data journalism Changing newsrooms in Kazakhstan	60
<i>Мухамадиева Л.И., Дудинова Е.И.</i> Культурологический базис образовательной концепции специальности «Дизайн» на факультете журналистики... ..	66
<i>Әбдіжәділқызы Ж.</i> Ақпарат әлемі және заманауи радиожурналистика	75
<i>Gubasheva D.T., Argynbayeva M.Kh.</i> Professional image of a specialist in sphere PR.....	81
<i>Тажина Г.О., Исаева Н.С.</i> Мотивы высшего профессионального образования и представления о факторах трудоустройства студенческой молодежи	88
<i>Kaziyev B.K.</i> A human rights approach in relation to the education system and its implications in Kazakhstan	100
<i>Каримова Б.Ж., Мамырова К.С.</i> Америка және қазақстандық басылымдардағы экология мәселесінің көтерілуі	105

3-бөлім Раздел 3
Көсемсөз және Көркемсөз Литература и публицистика

Alzhanova A.B., Tilepbergen A.M.
Modern Western literature about Kazakh life before the revolution.....113

Скрипникова А.
Употребление в медийных текстах локального слова «уятмен»118

4-бөлім Раздел 4
Электронды ақпарат Электронные средства
құралдары информации

Қабылғазина К., Әлім Ә., Белғараева А.
Қазақ телевизиясының қалыптасуына жаһандық ықпал мәселелері128

Велитченко С.Н.
Трансформация журналистского образования в контексте подготовки кадров для цифровых медиа135

5-бөлім Раздел 5
Жас ғалымдар мінбері Трибуна для молодых ученых

Мектептегі А., Қуанышова Л.Қ.
Тельжан Шонанұлы – ұлт жанашыры, әмбебап ғалым.....144

Каримова Б.Ж., Мухатова А.Д.
Экологиялық проблемаларды жазудағы кемшіліктер.....151

Сәбитов Р.С.
Нарықтық қатынастар жағдайында бәсекеге қабілетті ұлттық телеөнімдер әзірлеу мәселелері160

Байгожина Д.О.
Тарихи өзгерістердегі медиамәдениет170

Акынбекова А.Б.
«Қызыл Қазақстан» журналындағы ашаршылық тақырыбы178

Әнуарбек Ә.
Онлайн хабар тарату жүйесінің кәсіби деңгейі: проблемалары мен перспективалары186

Хожамбердиев О., Суханова С.
Көпшілік алдында сөйлеу өнері: мәселелер мен тенденциялар192

Жаксыбаева Ш.
Освещение миграционных процессов и образ мигранта в СМИ197

Sultanbaeva E., Saduakasov A., Ongarbayeva M.S., Tuleubayeva B.B.
Interaction of media culture with the public consciousness in the process of globalization204

CONTENTS

Section 1

Journalism: society, language, history, policy, law, economy

<i>Akhmetova L.</i> 1075 shooting regiment. Documents of the Panfilovsky division in Central archive of Russian Federation for journalists and researchers.....	4
<i>Sultanbayeva G.S., Lozhnikova O.P., Kumarova M.K.</i> Information and communication technologies aimed at intellectual nation formation: foreign experience and national model.....	13
<i>Mukanova G., Moussinova A., Mussinov A.</i> Trends of International Studies on prevention of Religious Radicalism (RR) in Media.....	21
<i>Negizbayeva M.O.</i> Involvement of social and new media in the process of spiritual modernization.....	30
<i>Kurmanbaeva A., Nurmanova M., Ospanova B.</i> Basic conditions affecting the image of the university (On the example of KazNU named after Al-Farabi).....	35
<i>Alzhanova A., Tilebergen A.</i> Foreign publications on the Kazakhs of the early XX century.....	42
<i>Esenbekova U.M.</i> The role of mass media in preserving spiritual and cultural heritage of the people.....	47

Section 2

World of information

<i>Shyngyssova N.T., Zhaylbek K., Negizbayeva M.O.</i> Features of the country image's formation as a priority direction of state policy	54
<i>Myssayeva K.</i> How data journalism Changing newsrooms in Kazakhstan	60
<i>Mukhamadiyeva L.I., Dudinova E.I.</i> Culturological basis of the educational concept of designers at faculty of journalism	66
<i>Abdizhadilkyzy Zh.</i> The World of Information and Modern Radiojournalism.....	75
<i>Gubasheva D.T., Argynbayeva M.Kh.</i> Professional image of a specialist in sphere PR.....	81
<i>Tazhina G., Issayeva N.</i> Student youth: Motives for higher professional education and views on employment factors.....	88
<i>Kaziyev B.K.</i> A human rights approach in relation to the education system and its implications in Kazakhstan.....	100
<i>Karimova B.Zh., Mamirova K.S.</i> The Coverage of Problems of Ecology in Media of the USA and Kazakhstan	105

Section 3 Literature and journalism

<i>Alzhanova A.B., Tilepbergen A.M.</i> Modern Western literature about Kazakh life before the revolution.....	113
---	-----

<i>Skripnikova A.</i> Options of using the local word “uyatmen” in the media texts	118
---	-----

Section 4 Electronic mass media

<i>Kabylgazina K.K., Alim A., Belgarayeva A.</i> The impact of globalization on the development of Kazakh television.....	128
--	-----

<i>Velitchenko S.N.</i> Transformation of journalistic education in the context of training of personnels for digital medias.....	135
--	-----

Section 5 Tribune for young scientists

<i>Mektepteqi A., Quanyshova L.Q.</i> Telzhan Shonanuly – the defender of nation, the universal scientist.....	144
---	-----

<i>Karimova B.Zh., Mukhatova A.D.</i> Shortcomings in the coverage of environmental problems.....	151
--	-----

<i>Sabitov R.S.</i> The problems of developing a competitive national TV programs in the reality of the market relations	160
---	-----

<i>Baigozhina D.O.</i> Mediaculture in historical changes	170
--	-----

<i>Akynbekova A.B.</i> The Theme of Hunger in the Journal “Kyzyl Kazakhstan”	178
---	-----

<i>Anuarbek A.</i> Professional level of online broadcasting: problems and perspectives.....	186
---	-----

<i>Khozhamberdiyev O., Sukhanova S.</i> The Art of Public Speech: Problems and Trends	192
--	-----

<i>Zhaksybaeva Sh.</i> Coverage of migration processes and the image of a migrant in the media	197
---	-----

<i>Sultanbaeva E., Saduakasov A., Ongarbayeva M.S., Tuleubayeva B.B.</i> Interaction of Media Culture with the Public Consciousness in the Process of Globalization.....	204
---	-----

УСПЕЙТЕ ПОДПИСАТЬСЯ НА СВОЙ ЖУРНАЛ

АКЦИЯ!!!

**Каждому подписчику
ПУБЛИКАЦИЯ СТАТЬИ
БЕСПЛАТНО!!!**

- Акция действительна при наличии квитанции об оплате годовой подписки.
- Статья должна соответствовать требованиям размещения публикации в журнале.
- Статья печатается в той серии журнала, на которую подписался автор.
- Все нюансы, связанные с публикацией статьи, обсуждаются с ответственным секретарем журнала.

Издательский дом
«Қазақ университеті»
г. Алматы,
пр. аль-Фараби, 71
8 (727) 377 34 11, 221 14 65

АО «КАЗПОЧТА»
г. Алматы,
ул. Богенбай батыра, 134
8 (727 2) 61 61 12

ТОО «Евразия пресс»
г. Алматы,
ул. Жибек Жолы, 6/2
8 (727) 382 25 11

ТОО «Эврика-пресс»
г. Алматы,
ул. Кожамкулова, 124, оф. 47
8 (727) 233 76 19, 233 78 50