

ISSN 1563-0242
eISSN 2617-7978
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАБАРШЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

HERALD

of journalism

№3 (49)

Алматы
«Қазақ университеті»
2018



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №3 (49)



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

Күйлік №956-Ж.

Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

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

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

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

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

Антипов К.В., ә.ғ.д., профессор, Баспасөз және медиандустрия жөндері мектебінің директоры, интеграция жөніндегі проректоры (Ресей)

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

Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)

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

Рамазан А.Ә., филол. ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

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

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

Жетписбаева М.С., филос.ғ.д., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

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

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

ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ:

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

Журналистика сериясы: қазақ баспасөзінің тарихы, электронды және жаңа медиа, баспа ісі, қоғаммен байланыс, ҚАЗАК УНИВЕРСИТЕТЕТІ дизайнны, 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, Азила Хасанқызы

Компьютерде беттеген

Айша Қалиева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Айдана Керімқұл

Телефон: +7(727)377-34-11

E-mail: Aidana.Kerimkul@kaznu.kz

ИБ №12456

Пішімі 60x84 1/8. Колемі б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.

Тапсырыс №8294. Тарапымы 500 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

«Қазақ университеті» баспа үйі.

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

«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2018

1-бөлім

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

Раздел 1

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

Section 1

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

Ibrayeva G.

Doctor of Political Science, Professor, Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: galiya.ibrayeva@gmail.com

THE IMAGE OF ASTANA AS AN INTERNATIONAL PLATFORM FOR HOLDING PEACE TALKS ON THE SOLUTION OF THE ARMED CONFLICT IN SYRIA

Astana - the capital of Kazakhstan, has become a venue for negotiations on the peaceful resolution of the armed conflict in Syria with the participation of a single delegation of the armed opposition of Syria and representatives of official Damascus, with the mediation of the guarantor countries of the agreement on armistice in the country - Russia, Turkey, Iran - since January 2017. Just from that period, the Republic of Kazakhstan became a non-permanent member of the UN Security Council, which gave the country new international obligations and powers. Kazakhstan is known to the international community for voluntary renunciation of nuclear weapons, which always creates a positive image for it.

The purpose of this study is to show how the image of Astana is indirectly positioned as a consequence of attracting international media attention to it as an international platform for peace negotiations in Syria, which led to an increase in the mention of the key word "Astana", "Kazakhstan" in information and analytical materials in world publications of countries Asia, Europe, the United States as the New York Times, CNN, Al Jazira, Washington Post, Reuters, VOA, BBC, etc. The methodology of the study is a quantitative and qualitative analysis of texts in the New York Times for January-May 2017.

Key words: Astana, image, armed conflict, peace talks, The New York Times, Syria, Kazakhstan.

Ибраева Г.

саясаттану ғылымдарының докторы, профессор, әл-Фараби атындағы Қазак ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., е-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz

Сирияда қарулы қақтығысты бейбіт жолмен шешу жөніндегі келіссөздер алаңы ретінде Астананың имиджі

2017 жылдың қарашасынан бастап Қазақстанның астанасы – Астана қаласы Ресей, Түркия, Иран елдеріндегі бітімгершілік туралы келісімнің кепілі болып табылатын Сириядары қарулы оппозицияның біріккен делегациясының және ресми Дамаск өкілдерінің қатысуымен Сириядары қарулы қақтығыстың бейбіт жолмен реттелуі туралы келіссөздер жүргізуге арналған алаңға айналды. Осы кезеңден бастап, ол әлемге жаңа халықаралық міндеттемелер мен өкілеттіктер беруде Қазақстан Республикасы БҮҰ Қауіпсіздік Кенесінің тұрақты емес мүшесі болды. Қазақстан ядролық, қарудан ерікті түрде бас тартқаны халықаралық қоғамдастыққа белгілі, яғни, ол әрқашанда Қазақстанның әлемдегі имиджін танытады.

Зерттеудің мақсаты – Астана Сирияда қарулы қақтығысты бейбіт жолмен шешу жөніндегі халықаралық алаңы ретінде өзіне әлемдік БАҚ-тың назарын аудартып, «Астана», «Қазақстан» сөздерінің Азия, Еуропа, АҚШ, яғни, «New York Times», «CNN», «Al Jazira», «Washington Post», «Reuters», «VOA», «BBC» және т.б. әлемдік медиадары ақпараттық және талдамалы материалдардың көбеюіне және Астана беделінің қалыптасуына себел болды. Зерттеу әдісі ретінде «New York Times» газетінің 2017 жылдың қарашасынан бастап қарулы қақтығысты мәтіндеріне сандық, және сапалық талдау жүргізілді.

Түйін сөздер: Астана, қарулы қақтығыс, бейбіт келіссөздер, The New York Times, Сирия, Қазақстан.

Ибраева Г.

профессор, доктор политических наук, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz

Имидж Астаны как международной площадки по проведению мирных переговоров по решению вооруженного конфликта в Сирии

Астана – столица Казахстана, стала площадкой для проведения переговоров по мирному решению вооруженного конфликта в Сирии с участием единой делегации вооруженной оппозиции Сирии и представителей официального Дамаска при посредничестве стран-гарантов соглашения о перемирии в стране – России, Турции, Ирана – с января 2017 года. Как раз с этого периода Республика Казахстан стала непостоянным членом Совета Безопасности ООН, что наделило страну новыми международными обязательствами и полномочиями. Казахстан известен международному сообществу добровольным отказом от ядерного оружия, этот факт также формирует положительный имидж страны.

Цель данного исследования – показать, как косвенно позиционируется имидж Астаны в результате привлечения к ней внимания мировых СМИ как к международной площадке по мирным переговорам в Сирии, что привело к увеличению упоминаемости ключевых слов «Астана», «Казахстан» в информационных и аналитических материалах мировых изданий стран Азии, Европы, США как NewYorkTimes, CNN, AlJazeera, WashingtonPost, Reuters, VOA, BBC и др. Методы исследования – количественно-качественный анализ текстов на примере NewYorkTimes за январь–май 2017 года.

Ключевые слова: Астана, имидж, вооруженный конфликт, мирные переговоры, The New York Times, Сирия, Казахстан.

Introduction

The Syrian conflict occupies the headlines of major world media publications over the past few years. It is natural that to Astana, as a platform for peace talks attracted the attention of the world's largest media. Obviously, attention in information and analytical materials is given first of all to the process of peace talks. At the same time, journalists pay attention to the originality of the local national color, to the city, which became the new capital of a young sovereign state. This increases the interest of world politics towards the country and the new capital. As is known, from the theory of image-making, that frequent mention of keywords raises the status of the object of mention. This is especially important for Kazakhstan, whose image in the West continues to be labeled with a negative film career as Borat.

The theoretical and methodological base of the research is based on the study of a number of works on the theory of image-making on the example of cities in the world, as well as studies on the image of the Kazakh capital. Astana has more than three hundred scientific articles devoted to the image of Astana, which can be classified by topics: politics, economy, “the heart of Eurasia”, science, sports, etc. The bulk of the research reveals Astana as an important political center of the Eurasian continent. Let's consider only the most actual scientific sources, which correspond to the subject of this study.

For example, the American researcher Natalie Koch, sees Astana as an architectural and political image project of a state building (Natalie Koch, 2010). She believes that Astana is a modernist project in which elite geopolitical imaginations are repeatedly inscribed in the urban landscape, based on the material manifestations of Astana's metropolitan landscape. The researcher examines the monumental and miniature architecture of Astana, singles out their similar roles in transforming the symbols of Kazakhstan's independence and identity. In another article, Natalia Koch (2013) views Astana as a new iteration of the experience of Ankara and Brazil, as an example of the domination of the geopolitical system of territorial states, as an instrument for the representation of state and national construction. The author notes the importance of the strategy of “state effect” and “territory effect” in the new independent Kazakhstan, based on data from interviews, observations of participants, text analysis, focus group, etc.

Another study was conducted by Narek Mkrtchyan (2016), based on Samuel Huntington's theoretical concept of a “torn country” and redefining civilizational identity. Huntington believed that the reasons for moving capitals throughout history were the need to initiate a long-term transformation of identity. Mkrtchan reveals on historical examples the movement of capitals like Moscow and St. Petersburg, Istanbul and Ankara, the process of urbanization of cities such as Yerevan and Astana.

The study by Kishimjan Osmonova (2016) is based on ethnographic field work and interviews with new residents of the capital of Astana from different parts of Kazakhstan. She analyzes the experience of their life in the new urban environment of Astana.

Adrien Fauve (2015) in his article shows how the world leader of the bicycle team "Astana", which positions the new capital of Kazakhstan, portrays itself as an open, dynamic and successful country, an image that is promoted in sports and education.

Bernhard Koppen (2013) believes that an important component of the new capital is the idea of creating a "metabolic" and sustainable "Eurasian" city.

Method of research

The study is conducted by the method of content analysis, which allows to determine the quantitative and qualitative picture of the image of the capital, by highlighting the materials of foreign journalists published in the world media.

The methodological base was research on city image-making, as well as scientific articles, in which Astana was the subject of research as the capital of Kazakhstan. It turned out that the scientific stock of such studies is quite informative, and allows using the data that are given in these materials. In addition, the author uses the method of content analysis on the example of one of the characteristic materials published in the newspaper The New York Times.

The topic of the Syrian conflict is topical among the American media. Another active foreign media was CNN, the largest information company in the US, which, considering the progress of the negotiation process on the military conflict in Syria, has time to show the general views of Astana as a brilliant organizer of the city, providing all conditions for effective international work. CNN

or Cable News Network, a television channel created by the famous Ted Turner. Now CNN has become part of the Turner Broadcasting System, owned by Time Warner. This edition has several online versions, including the world, for Europe, Asia, Africa, Latin America, the United States. On the World News World website you can get information about international events, with comments from reporters, experts, with photo-video information. Since January 2017, a lot of materials have appeared about Kazakhstan and Astana. In the rubric "Syria Crisis" there are a lot of analytical materials, interviews, reports. For the period from January to March 2017, CNN (www.cnn.com) posted more than 600 videos about the military conflict in Syria, including about 15 materials on the negotiations on the regulation of the Syrian conflict in Astana, Kazakhstan.

Let's consider what kind of materials and in what media are published about the negotiation process in the capital of Kazakhstan Astana. For the study used foreign materials published on the site www.inosmi.ru, dedicated to this topic for the period from January to May 2017. The key words for the search were "Syria" + "Astana" <http://inosmi.ru/search/?query=Syria%2C+Astana>. The analysis is based on the principle of creating the image of Astana. The political aspects of the topic relating to the negotiation process for peaceful settlement are not considered in this article.

Only materials published during the period of January 2017, when the peace negotiations began, were selected. It should be noted that in the articles under analysis there is mention of the name of the capital - "Astana", but the authors limit themselves to scanty replies to the city providing conditions for negotiations, paying attention to the results of the initial stage of the political process, which must decide the fate of the country, torn by war.

Table №1 – Image foreign publications of the site www.inosmi.ru about Astana, as a platform for peace talks on Syria (January, 2017)

№/П	Article title	Title of the publication	Positive	Neutral	Negative
1	International meeting on the Syrian settlement in Astana On the way from Astana	Türkiye, Turkey 26.01.2017		+	
2	Astana: Russia's success and US failure International meeting on the Syrian settlement in Astana	Die Welt, Germany 24.01.2017	+		
3	Astana is the key to Syrian negotiations International meeting on the Syrian settlement in Astana	Le Monde, France 23.01.2017		+	
4	Who will pay for the restoration of Syria	The Financial Times, United Kingdom 24.02.2017		+	

5	Good news for Russia and bad for America	InoSMI, Russia 27.01.2017		+	
6	From a soldier to a peacekeeper: Russia is changing tactics in Syria	Chatham House, United Kingdom 26.01.2017		+	
7	Russian Roulette in Astana International Meeting on the Syrian Settlement in Astana	Svenska Dagbladet, Sweden 24.01.2017	+		
8	A new annoying mistake of the West	Literární noviny, Czech Republic 24.01.2017		+	
9	Russia - the ruler of the fate of Syria? International meeting on the Syrian settlement in Astana	The Guardian, United Kingdom 23.01.2017		+	
10	Putin and Lavrov are bending their line	Il Foglio, Italy 19.01.2017		+	
		Total 10	2	8	0

As the analysis of foreign articles shown on the website www.inosmi.ru for January 2017 shows, that the Russian site is not located to publish negative materials about its country, and does not give a fairly truthful picture of the reaction of the world community to the events that took place in Astana from January 2017. For example, there are no materials of American reporters, there are no publications from Arab countries.

While, for example, in **The Washington Post**, (<https://www.washingtonpost.com>) US publications about the possible start of negotiations on Syria, begin ten days before the start of official negotiations. The increase in the mention of the key words "Astana" and "Kazakhstan" in a solid American publication is connected with the invitation for participation in the negotiations of the new US President - Donald Trump, as well as impressions of journalists from the capital of Kazakhstan, which struck with its warm welcome and cold weather. The Washington Post called the capital of Kazakhstan Astana "an effective platform for negotiations." Compared with the negotiations in Geneva, Astana showed a more favorable outlook for further negotiations between the government and the opposition. If the journalists of the Washington Post systematically published information about the situation with the talks in Astana, the journalists of The New York Times (<https://www.nytimes.com>) delivered deep analytical articles that paid a lot of attention to the capital Astana and Kazakhstan, to the iconic attributes of the architecture of the new capital, which they called the "Northern Dubai", in which they saw the signals of identity search and their place of the Kazakh nation in a complex world.

In the **New York Times**, on the key words "Astana" + "Syria" there were 40 materials for the period from January 1 to June 30, 2017. If we assume that over the years of the emergence of Astana as the capital, 527 materials were published in The New York Times. It can be counted that an average of **25-26 articles per year** was published every year since 1997, when Astana received the official status of the capital. With the receipt of the status of a non-permanent member of the UN Security Council and the opportunity to solve important international issues on the site of the new capital, materials appeared almost twice as much in six months of 2017 alone. Of the **40 materials**, 24 articles were selected, where Astana was mentioned as the capital of Kazakhstan and any assessment was made that influenced its image. Of the materials selected, **15** materials were noted with positive evaluation, **7** articles - neutral, **2** - negative material.

We will analyze an article by Anne Barnard «Kazakh Capital, a Post-Soviet Creation, Is Growing Real Roots» of March 7, 2017, a journalist of The New York Times World. The content of the articles by Anne Barnard resembles research on the image of Astana, which was reflected in the scientific articles of American authors, for example, Natalie Koch (Natalie Koch, 2010, 2013).

Considering the architectural landscape of the city, the author tries to show in his style the influence of the northern neighbor, whom he calls the «old hegemon». He notes the similarity of the architectural style of the neoclassical Bolshoi Theater in Moscow with the new Opera Theater in Astana, she ironically notes «right down to the sculpture of galloping horses on the roof».

Table № 2 – Image materials about Astana in The New York Times [11] from January to May 2017

	Title of the article date	Author	Positive	Neutral	negative
1	January 3, 2017 – “Istanbul, Donald Trump, Syria: Your Morning Briefing”	1. Charles McDermid	+		
2	January 4, 2017 - “Another catastrophe of the Syrian war: drinking water in Damascus”	BEN HUBBARD		+	
3	January 17, 2017 -- World - “The truck bomb in the insurgent Syrian city kills dozens”	ASSOCIATED PRESS		+	
4	January 19, 2017. “Assistance does not reach plastered areas, despite the truce of Syria”	NICK CUMMING-BRUCE			+
5	January 20, 2017 -- World - Print headline: “Russia signs agreement on expanding Syrian bases”	ROD NORDLAND	+		
6	January 22, 2017 - m - : “Donald Trump, Yahya Jammeh, Astana: your morning briefing”	Charles McDermid	+		
7	January 23, 2017 - “Donald Trump, Benoit Hamon, The Gambia: Your Briefing on Monday”	PATRICK BOULLER	+		
8	January 23, 2017 - “The first day of peace talks in Syria is rapidly falling into disputes and accusations”	ANNE BARNARD and HWAIDA SAAD	+		
9	January 23, 2017 - “Donald Trump, Syria, Emperor Akihito: Your Morning Briefing”	Charles McDermid		+	
10	January 24, 2017 - “Iran, Russia and Turkey agree to force Syria to cease fire, having several details”	- ANNE BARNARD and HWAIDA SAAD		+	
11	January 24, 2017. - “Donald Trump, Brexit,” Syria: Your Morning Briefing “	CHARLES McDERMIDE	+		
12	January 25, 2017 - “Syria, Oscar, Australian Open: your environment Briefing” Syria is rebuilding the source of water in Damascus from Rebelesaes,	PATRICK BOELER	+		
13	January 31, 2017. “Syria is restoring a source of water near the capital,	RICK GLADSTONE	+		
14	February 01, 2017 “Autocrats of the world give thumbs up on the peak”	ROD NORDLAND		+	
15	February 8, 2017 “The battle for the return of the city is turning into a geopolitical test of the Syrian war”	ANNE BARNARD	+		
16	March 4, 2017 “Progress is reported in the negotiations on Syria”	RICK GLADSTONE	+		
17	March 7, 2017 “The Kazakh capital, post-Soviet creativity, gives birth to real roots”	ANNE BARNARD	+		
18	March 21, 2017 - “The rebels remind Damascus that the war is far from over”	ANNE BARNARD	+		
19	Apr 03, 2017 “Chemical attack on the Syrians ignites world outrage”	ANNE BARNARD AND MICHAEL R. GORDON			+
20	2. April May 27, 2017 – - World - Print Headline	By PATRICK KINGSLEY	+		
21	May 02, 2017 - - Peace - Print “Trump and Putin agree to pursue Syria in a ceasefire”	PETER BAKER and NEIL McFARKAR		+	
22	May 04, 2017 “The deal is reached for the harbors in Syria with doubt”	ANNE BARNARD and RICK GLADSTONE -		+	
23	May 22, 2017 - “UN envoy: all sides of Syria agree to negotiations on the Constitution”	ASSOCIATION OF THE PRESS	+		
24	May 31, 2017 “The UN’s chief aide accuses Syria of using suffering as a military tactic”	ASSOCIATION OF THE PRESS	+		
		Total 24	15	7	2

She clearly sees the statement of Kazakhstan's political underlining in the inclined, incorrect cone of Khan Shatyr, a shopping center «designed as the world's largest tent. Its roof is supported by a single slanting pole to evoke the nomadic history of the Kazakhs, a Turkic ethnic group slowly reasserting its identity after centuries of Russian rule».

The mastery of a journalist in describing the architectural features of the capital Astana is not limited to a formal recognition of their merits or demerits. Each article becomes a kind of political pattern under the configurations of which one can see the critical view of the intimate analyst. Barnard notes as a positive fact that «Astana also represents the success of Kazakhstan's leader, Nursultan Nazarbayev». The high role of the president of Kazakhstan, who «only president since independence – elected five times with 97.5 percent of the vote».

She notes as a factor that exalts the country that « Kazakhstan has avoided the territorial disputes with Russia and the ethnic and religious conflicts that have plagued other post-Soviet states». Barnard clearly emphasizes that the creation of a new capital was an important step in the policy of a sovereign state. « The move demonstrated power and ambition, but also placed a marker on the map, shoring up Kazakhstan's possession of the area». She believes[^] that «Mr. Nazarbayev has sought to forge a national identity separate from Russia but not too exclusive

of Russians.» (Barnard). Emphasizing the proximity of the language and spirit of Turkey to the policy of Kazakhstan, the journalist describes the Hazrat Sultan mosque in Astana - the largest in Central Asia and compares that its « soaring dome and intricate decoration are reminiscent of Istanbul's Blue Mosque, but with lighter blues – recalling the turquoise of the Kazakh flag». Together with the positive assessment of the city of Astana, the author emphasizes that there is a problem with corruption in the country. (Anne Barnard, 2017).

Thus, having analyzed a number of mass media of the world countries, presented on online sites, as well as in print media, the author set out to show how the image of Astana is positioned during the period when media attention was attracted to the city of Astana as an international platform for peace negotiations in Syria.

The analysis showed that the holding of a major political event in the capital of Kazakhstan, increased interest in Astana, increased the number of references to the city in the world media, helped to strengthen the favorable image of Astana. At the same time, it should be noted that scientific sources devoted to the analysis of Astana's image can be supplemented by serious studies that help to elevate its image and give a more perspective picture of the development of the capital of Kazakhstan as a "Smart City" in accordance with new technologies and scientific progress.

References

¹Mussayeva B.A., ²Nello Barile

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

²IULM University, Department of Communication, Art and Media,
Italy, Roma, e-mail: nello.barile@iulm.it

FORMATION AND DEVELOPMENT OF MEDIA LITERACY IN KAZAKHSTAN

The article highlights the concept of media literacy in the information sphere, which is one of the most important issues to date, and provides information on the development of the media in Kazakhstan. In the field of information, there are many facts about illiteracy, which today lead to a multitude of problems, including interethnic conflicts. A common understanding of media and information for democracy is described. And it also talks about media components and options for using it to efficiently and quickly access information. How should we today be critical of information and information sources. The article describes in detail the application of new and traditional media formats in Kazakhstan. One of the main goals of this article is to introduce the functions of the media and other information services and to realize their importance for developing a civilian position and making decisions taking into account all available information. Demonstrate knowledge and understanding of various ways of using media in personal and professional life.

Key words: fake, fact-check, democracy, range, competence, convergence in the media industry, media literacy, drone-journalism, media hygiene, discrimination, longrida, infographic.

¹Мусаева Б., ²Nello Barile

¹ЮНЕСКО, оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., е-mail: bayan.musaeva@bk.ru

²IULM университетінің өнер мен медиа және қарым-қатынастар кафедрасының профессоры,
Италия, Рим қ., е-mail: nello.barile@iulm.it

Қазақстандағы медиасауаттылықтың қалыптасуы мен дамуы

Мақалада қазіргі таңда өзекті мәселелердің біріне айналған ақпарат саласындағы медиасауаттылық үғымы ғылыми-теориялық түрғысында қарастырылып, медиасауаттылықтың Қазақстандағы қалыптасуы мен дамуы жөніндегі ақпараттар анық көрсетіледі. Ақпарат айдынындағы сауатсыздықтардың бүгінде көптеген проблемаларға әкеп соғып отырғандығы туралы дәлелдер мен фактілерді көлтіре отырып, өзекті проблемаларға тоқталдық. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы туралы ақпаратты қамтамасыз етеді. Ақпарат саласындағы этникалық қақтығыстар, оның ішінде көптеген проблемалар медиасауатсыздықтың арқасында туындал отыр. Бұл мақалада бұқаралық ақпарат құралдары мен демократия туралы ақпараттың ортақ түсінігі сипатталады. Сондай-ақ, ол медиа компоненттері жөнінде жөне тиімді, жылдам ақпаратқа қол жеткізу мүмкіндіктері туралы айттылады. Бүгінде біз ақпаратты жөне ақпарат көздерін сыйнап көруіміз керек. Мақалада Қазақстандағы жаңа жөне дәстүрлі БАҚ форматтарын қолдану туралы егжей-тегжейлі сипатталған. Бұл мақаланың негізгі міндеттерінің бірі барлық қол жетімді ақпаратты ескере отырып, бұқаралық ақпарат құралдары және басқа да ақпараттық қызымет көрсету функцияларымен танысып, сонымен қатар, азаматтық ұстаным түрғысынан шешім қабылдау мен оны дамыту үшін олардың маңызы зор екендігін көрсету. Жеке және кәсіби өмірде бұқаралық ақпарат құралдарын пайдаланудың әртүрлі тәсілдерін білу және түсіну жолына жіті тоқталып өтеміз.

Түйін сөздер: фейк, факт-чекинг, демократия, диапазон, компетенция, медиаиндустриядағы конвергенция, медиасауаттылық, дрон-журналистика, медиагигиена, дискриминация, лонгридер, инфографика.

¹Мусаева Б., ²Nello Barile

¹преподаватель кафедры ЮНЕСКО, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: bayan.musaeva@bk.ru

²профессор кафедры искусств, средств массовой информации и коммуникации, Университет IULM, Италия, г. Рим, e-mail: nello.barile@iulm.it

Формирование и развитие медиаграмотности в Казахстане

В статье рассматривается концепция медиаграмотности в информационной сфере, которая является одним из наиболее важных вопросов на сегодняшний день и предоставляет информацию о развитии средств массовой информации в Казахстане. В области информации много фактов медийной неграмотности, которые сегодня приводят к множеству проблем, в том числе и межнациональным конфликтам. Описывается общее понимание медиа и информации для демократии. А также говорится о критическом отношении к информации и информационным источникам; вариантах использования медиакомпонентов для эффективного и оперативного доступа к информации. В статье подробно описывается применение новых и традиционных медиаформатов в Казахстане.

Одной из главных целей этой статьи является ознакомление с функциями медиа и других информационных служб и осознание их значения для выработки гражданской позиции и принятия решений с учетом всей имеющейся информации.

Ключевые слова: фейк, факт-чекинг, демократия, диапазон, компетенция, конвергенция в медиаиндустрии, медиаграмотность, дрон-журналистика, медиагигиена, дискриминация, лонг-риды, инфографика.

*Respecting the tongue begins
with the right speaking.*

Gabit Musrepov

Zasursky today's situation come to the conclusion about the need for media education.

Protection from the negative impact of the media,

Formation of critical perception, the overcoming of the effect of "torn communication"

Development of the skill of self-expression (Gorohovskiy 2017: 105)

The main arguments that have repeatedly been expressed in favor of the emergence and development of a new direction of interdisciplinary activity, media education, that is, teaching theory and practical skills of mastering mass media as part of the basic "background" knowledge of a person. According to the definition given to UNESCO in 2002, media education is seen as "a part of the basic right of every citizen of any country to freedom of expression and information." it contributes to the support of democracy. (Vartanova 2002: 124)

The appearance of an appeal to civil rights is due to the fact that the formation of a critical perception of media texts is a special case of the democratic human right to free access to information, and the expression of self-expression is the right to freedom of thought and

This definition is given as part of the recommendations formulated as a result of the seminar held in Seville (UNESCO, 2002). the words. The program for the development of media literacy and informed use of the media, proposed by the Council of Europe, is part of the educational complex of programs for democratic education and human rights: "Access to reliable and complete

Introduction

Relevance of the research topic. In the 21st century, media forms of communication not only became the main means of delivering information and knowledge, but also participate in the formation of a sociocultural background in the life of virtually as individual. The availability of information increases with incredible speed: at home, at work, in public places, people almost everywhere are faced with various media, and in most cases this is not a consciously chosen media consumption. With all the diversity of today's media, producers in the struggle for the consumer tend to make its contact with the media permanent. So, it is facilitated by the development of new technologies, including the Internet. Pursuing the goals primarily of an economic nature, the manufacturer tries to sell messages not only of purely informational content, but also cultural, political and so on. The media are perceived by Russian society, especially the political elite as a tool for manipulating the electorate, as a means of forming the public opinion necessary for political and financial elites. This causes contradictory feelings from the Russian audience accustomed to believe in the media, indignation and protest to confusion and also from political apathy to the total refusal to use the media "- as the authors of the article" Media Education as a Means of Forming Information Security for Youth ", E.Vartanova, N.

information is one of the basic conditions of a democratic life, since information is necessary to form critical thinking among citizens. Therefore, media education is part of a broader concept of democratic citizen education. (Center of Media literacy 2004: 145)

Media education is an interdisciplinary response to a society's request, concerned about the penetration of the media into all spheres of human life, especially in the lives of children. The development of media education in Russia and the scientific research necessary for this contribute to the information protection of the constitutional values of the state, to support the priority of human rights and citizenship. The relevance of this work. Various international initiatives for the introduction of this subject in school curricula and the establishment of centers specializing in the study of the media testify to the relevance of the problem itself and the relevance of this topic at the widest level. In particular, in Russia recently three attempts have been made to officially approve the need for the development of media education. In 2002, the Educational and Methodological Association for the Pedagogical Education of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation registered the specialty "Media Education" for two Russian pedagogical universities. In addition, in response to the proposal of the National Coordination. (Fedorov 2003: 2004)

Quoted from the Council of Europe website.
Access mode: [MediaAwareness.asp](#) #. Press
Council On June 18, 2009

The main part

Minister of Communications and Mass Media IG Shchegolev. stated the importance of introducing the subject «media education» in the program of Russian schools. Shortly before, in May 2009, the Moscow City Duma deputies approved the concept of media education, proposed by the Dean of the Faculty of Journalism of Moscow State University. Lomonosov ELVartanova. Already since 2004, under the patronage of public and state organizations, such as UNESCO and the Council of Europe, there is a project EuroMechs, specializing in the development of media education in Europe. In recent years, several media education programs have been developed; Some of them are already integrated into existing school courses or are present in the school curriculum as independent subjects. This study is devoted to the theoretical and media aspects of creating a program on «media education for Russia, taking into account the foreign experience that exists to date. As part

of this dissertation study, the term media education means the training of future teachers to teach the subject of "studying the media" in the school, as well as the scientific process in which a necessary program and related research activities are formed. In connection with the aforementioned recent initiatives to introduce media education in Russia, it seems especially relevant to analyze existing foreign experience and develop a systematic approach to the problem of forming a media education program: either as a basis for the emergence of the specialty "media educator" or for a new discipline addressed to students of higher pedagogical universities with the subsequent integration of the study of the media into existing school subjects. The object of this study was media education programs and scientific works on the problems of media education of both Russian and foreign authors. The subject of the study is the transformation of goals and objectives of media education, the analysis of existing approaches and the identification of a problem area. The chronological period of the research is mainly limited to the beginning of the 80s of the XX century and the first decade of the 21st century, that is, the time when from the birth of the general concept of media education there began to appear developments devoted to the very problem of the need for introducing media education, as well as the media education programs themselves. (Zasursky 2008: 315)

The result

The result of this study is to review existing media education programs and practices. Within the framework of this goal, the following hypothesis was formulated: If media education is viewed as an indispensable element in the formation of basic human knowledge, it is necessary to develop a scientifically grounded and formalized approach to the problem area of the subject. The tasks of this paper arising from the above-mentioned research goal and this hypothesis were formulated as follows:

- clarification of the term media education in terms of its evolution, and taking into account the pragmatic aspect of the implementation of the potential program;
- analysis of existing methods from the point of view of the introduced definition for their correspondence (<http://www.osce.org/Ukraine/260646> 2014: 335)

With the help of the global Internet, a general analysis of the current state of media education was conducted. The key web portals for preparing

the materials for the thesis were the sites of the Association for Film Education and Media Education of Russia, the Organization representing modules and standards for the Ministry of Education of New Zealand, the Professional Council of Western Australian Teachers, and institutions such as the Alliance for Civilizations Media Literacy (CD-ROM 2004: 450)

Education Clearinghouse, Council of Europe for Media Citizenship, Media Awareness Network, Mentor Association and many others. Methodological basis of the work was the definitions and recommendations on the issues of media education of UNESCO. The author of the thesis also relied on the methodological approach stemming from the philosophical theory of the "consumer society" of J. Bodriyar. As a basis for the research method, the definition of media education proposed by UNESCO was adopted. According to the recommendations of this organization, the essence of the media education program is seen in providing students with the tools necessary to form critical perception and ability to express themselves. Thus, with a comparative method of analyzing existing programs, the criterion of their correspondence to the stated tasks of media education was derived. The empirical base of the research consists both of the programs themselves analyzed, and of the contemporary texts of the Russian media. The latter are mainly used to demonstrate the value and adequacy of the linguistic aspect of media education. The following provisions are made for protection:

– media education opens up new possibilities for applying knowledge from the theory of journalism and mass communications; (O.Matfatov 2011: 425)

– teachers of journalism faculties and specialists in the theory of mass communications should participate in the development of media education programs, since a potential program made without their participation can not reflect such goals of media education as the formation of critical perception and the skill of self-expression;

– the formation of a media education program is impossible without the participation of representatives of the media industry, which appeals to the implementation of the educational functions of the newest media; (http://if.spbu.ru/upload/files/file_2012: 430)

– Media education, being an innovative model of education, is directly connected with the vector of conceptual and technological development of mass media, one of the most important research topics in this field; (Zasursky 2009: 435)

– The media education program should include linguistic components, in particular, such as the theory of speech effects and the theory of communicative failures. The scientific novelty of this research is that for the first time it is proposed to comprehensively and thoroughly study and define the notion of "media education" and use the concept that we adopted, both in the development of potential techniques and in the inclusion of a linguistic component in the media education program. This paper also demonstrates for the first time the value of certain aspects of linguistic pragmatics, semantics, and discourse analysis for media education. They are correlated with the goals and objectives of media education and are demonstrated on specific examples taken from the texts of modern Russian media. Linguistic analysis and a number of studies conducted in the thesis emphasize the philological nature of the work. The theoretical significance of the work lies in the formation of a number of methods and the description of approaches used in the creation of media education programs. The theoretical basis for media education, based on previous research, and the formalization of the concept itself, determine the further vector of scientific developments on this topic. The proposal for the introduction of the linguistic component opens up new areas of application of knowledge about the language and its functioning. (Matveeva 2004: 468)

Discussion

The practical importance of the study is determined by the possibility of applying the results in the creation of programs taking into account the proposed recommendations. In addition, it should be noted that media education, being itself an object of interdisciplinary research, combines the theory and practice of the media, that is, science and industry. Also, some research results can be used to develop appropriate courses at various faculties of journalism. (Anderson 2008: 485)

Media education is a new direction of scientific activity that arose in response to the demands of a society living in a world saturated with media. Recognition of qualitative information, critical perception of media texts, participation in the formation of content – skills that are necessary for today's and tomorrow's media consumers. That is why at the state and even interstate levels there are initiatives to create a program of media education, media literacy and media competence. (Jarvis 2009: 512)

To create a program on media education, it is necessary to determine the goals and objectives

of this subject. Different definitions of both the subject of media education and its goals and objectives are primarily related to the evolution of the understanding of the term itself and discipline, which is, from a historical point of view, an entirely new direction of research. Most of the existing attempts to create a theory of media education, one way or another, gravitate toward a "protectionist" model, explicitly or veiled, based on the notion that the media are "evil", in protection from which schoolchildren need. (Anderson 2008: 525)

The main principle of this approach is methodical "debunking" of myths and various pseudo-values and stereotypes promoted in the media. In addition, the formation of the resistance to advertising plays a special role in the protectionist model of media education. Without denying some aspects of the negative impact of the media, the researchers of this area proposed a new approach: an approach that was built not on protection, but on the formation of critical perception. (The Pew Internet & American Life Project 2008; 547)

The difference between the protectionist approach and the approach based on the formation of critical perception is that in the second case one of the main methods is the practical component - the development of the skill of self-expression based on the example of creating your own media texts. Behind the protectionist approach there is, paradoxically, the desire to limit the consumption of QMS, as products that are mostly inappropriate to the ideals of art. The formation of critical perception and self-expression is built in turn, on the contrary, on the idea of obtaining pleasure from the media. It is assumed that the "search for truth", additional information necessary for decision-making and other interesting ways of communicating with the media, as well as a presentation based on practice, on the mechanisms for creating a media message, will transform a schoolboy from a passive consumer into an experienced user. (Internet Edition ELEPHANT 2005: 556) In recent years, there has been an understanding of media education as an integral part of the democratic education of citizens: the formation of critical perception appeals to the democratic right of a person to free access to information, and the expression of self-expression is the right to freedom of thought, speech and expression. It seems to us important that the approach to the formation of media education programs should not be based on a negative attitude to the media. The essence of the potential media education program within the framework of this work is seen, not only in understanding the manipulative nature of the media, but rather in

providing students with the tools necessary to form a critical perception and ability to express themselves. The implementation of the media education program in Russia can have indirect and additional positive results: the experience of participation, both teachers of journalism faculties and representatives of the media industry, in the development of media education will allow in the future to overcome the phenomenon of "torn communication". The work analyzed the selection of existing and, in some cases, already implemented programs for the training of media educators and schoolchildren. The MENTOR program, created with the support of UNESCO, represents from a theoretical point of view the most comprehensive analysis of the possible implication of media education ideas. The main feature of this program is the balance of practical and theoretical studies. At the same time, theoretical studies become seminars where students are perhaps more active participants than teachers. The results of the analysis are not the knowledge imposed by the teacher, but the fruit of the student's own labor.

Most of the programs considered, in fact, consists of four main blocks of knowledge, which should be owned by a media educator. These four blocks, one way or another, are hidden in the classifications of different developers, but, nevertheless, can be identified by careful examination:

I. "Creative". This block includes two subsections: basic knowledge of the methods and forms of sending a message through the media, its laws and its specifics. Also in this block, you can include basic knowledge about the collective nature of authorship in the media, the creative characteristics of the media as an institution (such things as editorial policy, etc.) (OpenSpace.ru 2007:598)

II. "Media industry". This includes knowledge of economic nature, including understanding the essence of the business of the media, the methods of delivering the message, understanding the concept of "audience" and the methods. (" Private Correspondent" 2006: 605)

Conclusion

"Media industry". This includes knowledge of economic nature, including understanding the essence of the business of the media, the methods of delivering the message, understanding the concept of the "audience" and methods of its involvement, as well as the existence of the media industry among other public organizations. (Akhmetova I dr. 2015: 615)

Interdisciplinary and culturological. Theoretical studies of stereotypes, pseudo-values, their

deconstructions, representations of reality in the media, as well as methods of forming critical perceptions and active citizenship are the basis of knowledge included in this block. This block of interdisciplinary research also includes adapted knowledge from the field of the theory of mass communications, psychology, sociology, culturology, and, as proposed in this study, linguistics. (Eticheskiy Kodeks zhurnalistov Kyrgystana 2010: 623)

Methods of teaching and methodological development. These studies are in the field of pedagogy and, as the name suggests, methodological developments. Such studies, in general, have not been considered in this paper, since they lie beyond the scope of philological research in the field of media education and media theory. Highlighting the four blocks of basic knowledge necessary for the future media educator, we can thereby outline the area in which efforts should be focused on developing a potential program. The above classification indicates that most of the knowledge lies in the theory of journalism and related disciplines. (zakon.kz 2016: 655) From the analysis of works, written primarily on a pedagogical basis, it follows that the lack of preparedness of developers in the field of media studies affects the quality of the program. As we saw above, a significant place in the potential program is occupied by knowledge related to exactly those disciplines that are basic for any faculty of journalism. From this follows an obvious logical conclusion: the scientific activity on the development of the program at its initial stage, and its implication, for example, in the form of development programs for the training of future media educators, should be conducted in the relevant organizations. Such an organization in Russia could be, for example, the Faculty of Journalism of Moscow State University. Lomonosov, which seems quite natural. The staff of the journalism faculty already has experience teaching the basics of journalism to schoolchildren (the School of the Young Journalist), and the faculty is in constant contact not only with regional universities that train journalists, but also with foreign universities of a similar specialty. This can also ensure the creation of subsequent similar media education centers throughout Russia. (<http://www.facebook.com/DWrussian/videos> 2014: 665) At the same time, any development of the program for Russia should first of all be in correlation with a range of problems that are methodical and current in nature and are considered in this paper:

– The breadth of the term “media education” is so great that it seems almost impossible to create

a program that meets the entire problem area. As already mentioned above, the goal of media education is the formation of adequate perception among school students of the mass media and the provision of opportunities for them to express themselves within the framework of practical classes. Blurring the boundaries of the problem area of media education as a result can minimize the effectiveness of these two goals. Therefore, in this study, it is proposed to reduce the problem area to the study of mass media, that is, thereby restrict the study of cinema and advertising. (Flton Grizzl 2012: 690)

– When developing the program, it is also important to take into account the form of studying the media in the school: it can be about integration into existing discipline, introduction of an independent subject, compulsory or optional, etc. The study examined the pros and cons of various forms of study, but, nevertheless, the answer to this question lies in the sphere of action of institutions that decide to introduce media education in schools. However, I would like to emphasize that the answer to the question of the form of studying the media in the school must be obtained before the compilation of the program, not only for students, but also for future media educators. (Aigul' Niyazgulova I dr. 2015: 705)

– The above factor directly affects the content of the course and the methodology for preparing the teacher. At the same time, taking into account the outlined orientation of the mass media towards the use of the latest technologies, the problem arises of the teacher's qualification, which should not only monitor the actual events, but also the development of the technologies used. (AO IREX Moldova 2015: 715)

– In connection with the foregoing, we need a common understanding of the development vector of the mass media. On the one hand, a potential program should primarily include all the knowledge about the media that remains unchanged in the process of transforming technologies and genres. In this regard, such fundamental aspects of studying the media as genre, means of influence, the basis for editing, the linguistic characteristics of media texts, etc. should become the central parameters of education. For example, the basics of media studies, as a genre, means of influence, the basis for editing, the linguistic characteristics of the texts of the media, etc. should become the central parameters of education. For example, the basis of the theory of speech impact, which we propose to include in the program of media education, with the development of any scenario for the transformation

of the media, will always be relevant. A study of the methods of interaction of the image with text and / or sound becomes almost the central aspect of the study, taking into account the convergence of the media. On the other hand, understanding further models of media development is an additional argument in favor of media education. The potential models of media transformation demonstrated in the work show that tomorrow the schoolboy will have to become a participant in the process from a simple consumer. The media orientation already today towards the idea of user generated content requires the preparedness of future consumers, which, in particular, can give media education. At the same time, the education of the faculty of self-expression is not only a simple skill that is useful when creating content by the consumer himself, it is the formation by indirect means of the skill of recognizing qualitative information, some internal filter. (Anderson 2009: 785)

– The participation of representatives of the media in the development of a media education program and cooperation in its application is a new opportunity for producers to attract a new audience, and in addition, as mentioned above, the possibility of forming a new type of audience, in accordance with the development of new technologies. Media education, in this case, can be considered as an innovative model of the producer's interaction with the potential consumer, which brings additional positive results. (Spichkin 1999: 805)

– Media education is seen as an experimental, innovative model of school education. Even with the example of existing developments, it can be seen that the effectiveness of this program in school depends to a large extent on the enthusiasm of not a few teachers, but also of students who become more active participants in the educational process. This approach is fundamentally different from the conservative school approach, where the center of the lesson is the teacher. The goals and objectives

of media education and the methods and methods that should be used to implement them correspond to the innovative model of education declared in the National Project "Education": "The priority national project" Education "is designed to accelerate the modernization of Russian education, the result of which will be the achievement of a modern quality of education that is adequate to the changing demands of society and socio-economic conditions. The national project has two main mechanisms for stimulating the necessary systemic changes in education. First, it is the identification and priority support of leaders - "points of growth" of a new quality of education. Secondly, introduction of elements of new management mechanisms and approaches into mass practice.(Matveeva 2004: 865)

In this paper it is also proposed to include a linguistic component in a potential media education program. The value of the linguistic component is obvious both for practical studies (in this case, the applied aspect of theoretical linguistics is mainly stylistic in nature), and for theoretical (in particular, the theory of speech effects). Understanding the nature and mechanisms of creating media texts is impossible without analyzing their properties on a linguistic level. For example, the lexical limitations of media texts are directly related to this methods. Quoted from the website of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Access mode: www.mon.gov.ru. understanding the specifics of the language of the media. Taking into account the collective authorship, the unified system of influence and the individuality of receiving mass audience, the texts of the media are filled with cliches. The presence of cliches in the media texts can also be explained by the factor of impartiality. Template description of events can create a sense of objectivity for the recipient of the media. In this regard, we consider it necessary to pay attention to the psycholinguistic specificity of the image of the event. (Podolsky 2002: 925)

References

- Anderson C. The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More, Hyperion, 2008.
- Anderson C. Free: The Future of a Radical Price, Hyperion Books, 2009
- Buckingham D. Policy Paper. [Digital source] / Youth Media Education, UNESCO Communication Development Division, CD-ROM, Paris, 2004.
- Vartanova E.JL, Zasursky Ya.N. Media education as a means of forming information security for young people / Information and psychological security in the media. T.1. : TV and advertising communications, under the editorship of Dontsov AI, Zasursky JN, Matveeva J.I.B., Podolsky AI, M., 2002.
- Eticheskiye zhurnalistkie kodeksy stran mira <http://ethicnet.uta.fi/codes> by country
- Internet Edition ELEPHANT. Access mode: www.slon.ru
- Electronic Edition OpenSpace.ru. Access mode: www.openspace.ru

- Electronic media “Private Correspondent”. Access mode: www.chaskor.ru
- Medyinaya I informachionnaya gramotnost’. L.Akhmetova, A.Niyazgulova, D.Sholohov, Byuro Unesco v Almaty, 2015.
- Eticheskiy Kodeks zhurnalistov Kyrgystana: <http://journalist.kg/codex/>
- Top 5 feikov Kazakhstana <https://www.zakon.kz/glavnoe>
- Kak raspoznat’ feikoviyye novosti v internete <http://www.facebook.com/DWrussian/videos>
- Medyinaya I informachionnaya gramotnost’ programma obucheniya pedagogov. Pod pedaktsiey Fltona Grizzla I Kerolayn Wilson. 2012
- Medyinaya I informachionnaya gramotnost’. Avtorskiy kollektiv: Layla Akhmetova, Aigul’ Niyazgulova, Dmitriy Sholohov. Byuro Unesco v Almaty, 2015.
- Lang, Kerol. Medyagramotnost’./AO IREX Moldova, 2015/Tipogr.Foxfrot SRL
- Spichkin A.B. What is media education? A book for teachers. Kurgan, 1999.
- Matveeva JI.B. Cultural and psychological preconditions for the phenomenon of “torn communication” in the media.2004.
- Publications of the American Media Literacy Center. [Electronic resource] Center of Media literacy. Access mode: www.medilit.org.
- TV and advertising communications, under the editorship of Dontsov AI, Zasursky JN, Matveeva JI.B., Podolsky AI., M., 2002.
- The Pew Internet & American Life Project. Access: www.pewinternet.org
- Why the Future of Business Is Selling Less of More, Hyperion., Anderson C. 2008.
- The phenomenon of “torn communication”, ed. Zasursky JN, Zinchenko Yu.P 2009.
- Oleg Matfatov. Kriticheskoe myshlenye: bazoviye printsipy i priyemy <https://newtonew.com/science/critical-thinking-quidance>
- On the web portal OpenSpace and the Matveeva JI.B. Cultural and psychological preconditions for the phenomenon of “torn communication” in the media. publication of E. Salnikova in the electronic newspaper “Private Correspondent” 2004.
- Jarvis J. What Would Google Do ?, Harperluxe, 2009
- Mezhdunarodniye standarty professional’noy etiki zhurnalistov <http://if.spbu.ru/upload/files/file>
- Zhurnalistika v usloviyah konflikta <http://www.osce.org/Ukraine/260646>
- Fedorov A.B. Media education in pedagogical universities. Taganrog, 2003.
- Faktcheking: vozmozhnosti i perspektivy. Gorohovskiy A. Almaty, 2017. Zasursky Ya.N., / Information and psychological security in the media. T.2 .: The phenomenon of “torn communication”, ed.
- Zasursky JN, Zinchenko Yu.P., Matveyeva LV, Vartanova E. JL, Podolsky AI, M., 2008.

Есенбекова Ү.М.

ф.ғ.к., қауымдастырылған профессор,
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., е-mail: ultmudde@mail.ru

ҚОҒАМДАҒЫ САЯСИ ПРОЦЕСТЕРДЕГІ БҮҚАРАЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛДАРЫ

Мақалада қоғамдағы саяси процестер мен бүқаралық коммуникация құралдарының арасындағы байланыс, ақпараттың адамдарға әсері сарапталған. Бүқаралық коммуникацияның еліміздің тұрақты дамуындағы орны мен рөлін анықтаудағы ғылыми жұмыстың мазмұнын құрайды.

Автордың бұл мақалада көзделген мақсаты – бүқаралық медиалардың демократиялық қоғамдардағы орны, олардың саяси күштер мен қоғамдық топтардың ұстаныларын тартудағы маңызын талдау.

Мақаланың ғылыми және практикалық маңызын саяси өмірдегі ақпарат құралдары атқаралың рөлдердің Герберт Шиллердің теориясымен қаншалықты жақын екенін көрсету және адамдарға қажетті ақпаратты таратуда бүқаралық коммуникация құралдары колданатын түрлі тәсілдерді жүйеледе айтуда болады.

Автор өзінің мақаласында қоғамдағы саяси процестердегі ақпарат құралдарының дамуына прогрессивтік мазмұн беру мүмкіндіктерін талдау барысында контент-сараптау мен сұхбат алу тәсілдерін қолданған.

Бұл ғылыми мақаланың басты нәтижелері мен қорытындыларына Қазақстандағы бүқаралық коммуникация құралдарының бүгінгі деңгейіне байланысты түзілген басымдықтарды анықтауды жатқызуға болады. Бүқаралық ақпарат құралдары қоғамдағы демократиялық қағидалардың орнығына, билік пен азаматтар арасындағы сенім мен ынтымақтастықты дамытуға әсер ететін күш екенін зерттеудің де маңызы жоғары.

Практикалық жағынан мақаланың маңызы қазақстандық бүқаралық ақпарат құралдарындағы саяси коммуникациялық жүйелердің жарамдылығын талдау болды. Әсіресе, мақалада анықталған медиалардың қоғамға әсерін анықтау қағидалары отандық ақпараттық холдингтердің стратегиялық жоспарларын ғылыми негізде жасауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: саясат, қоғам, саяси процестер, бүқаралық, ақпарат құралдар, қоғамдық сана, плюрализм.

Yessenbekova U.M.

cand.sci.philology, associate Professor, L.N. Gumilyov Eurasian national university,
Kazakhstan, Astana, e-mail: ultmudde@mail.ru

Means of mass communication in the political processes of society

The article analyzes the relationship between political processes in society, the means of mass communication and the influence of information on people. The subject of this work is to study the role of mass communications in preserving the sustainable development of society.

The purpose of the article is to reveal the interconnection of mass communications in democratic societies with the importance of their spreading platforms of political forces and social groups. The main scientific and practical value of the work is the establishment of a conceptual similarity of the foundations of the theory of Herbert Schiller and the functions of modern mass media in the political life of society. The method of content analysis explored ways of disseminating information useful to members of society, used by mass communication means.

The main results and conclusions of this work were the definition and forecasting of the place of mass media in the system of Kazakhstan political communication, giving a progressive character to the

relations between the state and society. The value of the study is the author's recommendations for improving the professional level of Kazakhstan's mass media. The author identifies four important areas, which should pay attention to domestic means of mass communications. The practical value of these recommendations will be their application in the formation of strategic planning of the country's leading information holdings.

Key words: political communication, mass communication, transformation of public consciousness, form of political pluralism.

Есенбекова Ү.М.

к.ф.н., ассоциированный профессор, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
Казахстан, г. Астана, e-mail: ultmudde@mail.ru

Средства массовых коммуникаций в политических процессах общества

В статье проанализирована взаимосвязь между политическими процессами в обществе и средствами массовых коммуникаций, влияние информации на человека. Предметом исследования данной работы является изучение роли массовых коммуникаций в сохранении устойчивого развития общества.

Цель статьи – выявление взаимосвязи массовых коммуникаций в демократических обществах с важностью распространения ими платформ политических сил и общественных групп.

Главной научной и практической ценностью работы является установление концептуальной схожести основ теории Герберта Шиллера и функций современных средств массовой информации в политической жизни общества.

Методом контент-анализа исследованы способы распространения информации, полезные для членов общества, применяемые средствами массовых коммуникаций.

Главными результатами и выводами стали определение и прогнозирование места и роли средств массовой информации в системе казахстанской политической коммуникации, придания прогрессивного характера отношениям между государством и обществом.

Ценностью проведенного исследования являются рекомендации автора относительно повышения профессионального уровня казахстанских средств массовых коммуникаций. Автор выделяет 4 важных направления, на которые стоит обратить внимание отечественным средствам массовых коммуникаций.

Практическим вкладом данных рекомендаций станет применение их в формировании стратегического планирования ведущих информационных холдингов страны.

Ключевые слова: политика, общественные отношения, политические процессы, средства массовой информации, общественное сознание, плюрализм.

Kіріспе

Саясат пен қоғамдағы саяси процестердің бұқаралық коммуникация құралдарына (БҚҚ) тәуелділігі жыл өткен сайын күшейіп келеді. Ақпараттың маңызын түсінгелі бері БҚҚ «біліктің төртінші тармағына» айналғаны туралы жиі айттылуда. БҚҚ өз аудиториясына өте күшті ықпал етеді. Сондықтан да, біздің өмірімізде олар маңызды саяси ақпаратты таратып қана қоймай, сонымен бірге қоғамда түрлі пікірлер қалыптастыруда күрделі функциялар атқарады.

БҚҚ-ның ақпарат тарату қызметі азamatтардың позициясын, қозқарастарын қажетті арнаға бұрып, олардың танымдық және обьективті баға беру мүмкіндіктерін көнектеді. Азamatтардың әлеуметтік ортаға бейімделуі де ақпарат құралдары үшін басты мақсат болып қалуы тиіс.

БҚҚ-ның саяси салмағы оның сынау мен бақылау функцияларын жоғары деңгейде орын-

дауына байланысты. Тарихтың түрлі кезеңдерінде мемлекеттердің ақпарат құралдарын өз уысында ұстап, оларды қatal идеологиялық бақылауда ұстauғa қауқары болды. Бұл үрдіс бүгінгі күнге дейін сакталуда. Алайда, демократиялық дәстүрлері терең орынқын елдерде БҚҚ өздерінің функцияларын толық іске асыра алады. Ондай елдерде ақпарат құралдарына мемлекет тарарапынан бақылау тек соғыс жағдайында ғана іске қосылады.

Сөз бостандығы қағидаларына сүйенген демократиялық қоғамдардағы БҚҚ биліктің ісін бақылау мен сынауга ерекше құлшыныспен қатысады (Васильев А., 2010, Песков Д.Н., 2002, Чеснаков А.А., 1999).

Материалдар мен ғылыми тәсілдер

Мақалада 30-дан аса дереккөздерден алынған материалдар негізінде толық контент-сараптау жасалды. Саяси коммуникация саласындағы өзгерістерді ақпараттың таратылу модельдері

арқылы да анықтауға болады. Олар ақпаратты таратушының доминантасы мен қатаң бақылауын жоюға мүмкіндік береді (Graber D.A., 2010, Lippmann W., 1970).

Бұқаралық медиалар демократиялық қоғамдардың ажырамайтын құрамдас бөлігі саналады. Олар әртүрлі саяси күштер мен қоғамдық топтардың өздерінің ұстанымдарын қалың бұқараға жеткізуіне көмектеседі.

Саяси өмірде ақпарат құралдары тек позитивті рөл ғана емес, сонымен бірге саяси амалайлаларын, құлықтарын іске асырғысы келген күштердің қолдарындағы құралға айналып кетеңі. Жалған құндылықтар мен жалған көзқарастар қалыптастыру арқылы қоғамдағы күштерді басқа бағытқа ауысуға мәжбүрледі.

Сананы бұрмалаудың класикалық теориясын жасаған америкалық ғалым Герберт Шиллер АҚШ-тың билік басындағы элитасы өз үстемдігін қамтамасыз ету үшін 5 әлеуметтік мифті іске асыру арқылы қол жеткізіп отырғанын айтады. Олар:

- азаматтардың жеке басының бостандығы мен таңдау еркіндігі;
- Конгресс, сот және президенттік биліктің, ақпарат құралдары сияқты аса маңызды саяси институттардың бейтараптығы;
- адамның өзгермейтін эгоистік табиғаты, оның агрессияшылдығы, күш көрсетуге жақындығы, байлыққа құмарлығы және тұтынуға деген күштарлығы;
- қоғамда әлеуметтік шиеленістердің, адамдарды пайдалану мен қанаудың жоқтығы;
- сырттай қаншалықты тәуелсіз көрінгенмен жарнама берушілер мен Үкіметтің бақылауындағы БКҚ-ның алуан түрлілігі және олар тұтастай қияли санаға әсер ететін индустріяны құрайды (Herbert Irving Schiller, 1995, Shramm, W. and Lerner, D., 1997, Graber D.A., 2014).

Осылайда әлеуметтік мифтерді халықтың санаасына орындырыу үшін бұрмалау технологиясы жылдан жылға өз арсеналын толықтырып отырады. Ол арсеналда: фактілерді сапырылыштырып жалған ақпарат жасау, өтірік пен жалаға құрылған жаңалықтар, қолдан жасалған қоғамдық пікірлер және тағы басқа да құралдар көрермендер мен оқырмандар аудиториясын өзінің дегеніне қондіргуе бағытталған.

Жарнама бизнесіндегі имидж-мейкинг (саяси қайраткерлердің жасанды тартымды бейнесін жасау) арқылы сайлау науқандары кезінде кандидаттарға сөйлеу мәнерінен бастап киім үлгілерін таңдау арқылы электоратка жағымды

бейнені сомдап, жеңіске жеткізу технологиясы Батыс елдерінде ғана емес, Ресей, Украина, Грузия, Әзіrbайжан, Қазақстан және Өзбекстан мемлекеттерінде де қолданыла бастаған (Малик Е.Н., 2007, Вершинин М.С., 2011, Elections in Cyberspace, 1996, Bell D., 2003).

Әдебиетке шолу

Мақалада қолданылған әдебиеттердің жалпы саны 36 болса, оның 2-еуі қазақ тілінде, 10-ы орыс, қалғаны ағылшын тіліндегі ғылыми еңбектер. Олардың ішінде, H.I.Schiller, Information and the Crisis Economy, International Encyclopedia of Communications, Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society, Lazarsfeld P., Berelson B. and Gaudet H. People's Choice және Le Roy, W.S. Mass media/mass culture атты іргелі еңбектер бар.

Саяси-коммуникативтік процестерді зерттеуші белгілі француздық ғалым Р.Ж. Шварценберг саяси коммуникациядағы З әдісті бөліп қаралған.

Бірінші, дәстүрлі баспа құралдары (газет, журнал, кітап пен плакаттар) арқылы.

Екінші, электронды құралдар (радио мен телевизия) арқылы.

Үшінші, қоғамдық ұйымдар, саяси партиялар мен азаматтардың өздері құрған топтары арқылы ақпарат тарату (Шварценберг Роже Жерар, 1992).

Қазіргі саясаттану ғылымында коммуникация горизонталды және вертикальды болып бөлінеді. Горизонталы коммуникация – бұл жерде коммуникация институционалды оппоненттердің және түрлі әлеуметтік акторлардың, элиталық топтардың, қарапайым азаматтардың арасында орын алады.

Вертикальды коммуникация жағдайында қарым-қатынас иерархиялық деңгейлері әртүрлі қоғамдық күштердің арасында болады. Мысалы, электоралдық топтар Үкіметке, Парламентке өздерінің наразылықтары мен ұсыныстарын тікелей хат, петиция немесе шағым түрінде жібереді, шешім талап етеді.

Осылайша қоғамда болып жатқан саяси процестердегі бұқаралық коммуникация құралдарының маңызы құн өткен сайын артып, түрлері мен жұмыс тәсілдері ақпараттық технологиялармен бірге ұдайы қарым-қатынаста болып өзгеріп, жаңа парадигмалар тауып алады. Бұл **мақалада қолданылған ғылыми әдебиеттерді сараптай отырып**, олардың автордың гипотезаларын дәлледеуге нақты және дұрыс таңдал алынғанын көреміз.

Негізгі бөлім. Талқылау

Сонымен, БКҚ қоғамдық сананы бүрмалау мүмкіндігі ете жоғары екені белгілі аксиома. Бірақ, бұндай фантастикалық құралдың өзінің кемшіліктері де жоқ емес. Басты кемшілік – өздеріне қажет үпай жинап, қажет пікір қалыптастырып жүрген биліктің халықпен кері байланысы үзіледі. Өйткені, билікке қажетті ақпарат таратуға үйренген ақпарат құралдары халықтың мұн-мұқтаждың билікке жеткізуге ұшталмаған, оған ұмытылмайды да.

Билік халықтың нақты қоңіл-күйі мен қындықтары жайлы объективті ақпарат таба алмайды. Осының салдарынан әлеуметтік шиеленістерге ұшыраған қоғамдарда жалған елеске, жалған түсінікке шырмалған биліктің дұрыс шешім қабылдауы қындейді. Сөйтіп, шиеленіс өршіп, саяси партияның, топтың биліктен аластауына альп келеді.

БКҚ қызметі мемлекет пен қоғам үшін пайдалы, аса тиімді болуы үшін биліктің өзінен бастап барлық ақпарат көздері бір ғана топтың мұддесіне емес, бірнеше ықпалды құштердің бақылауында болғаны аблаз. Сонда ғана, билікке таласқан, бірін-бірі аңдып отыратын демократиялық құштер өздерінің бақылауындағы бұқаралық медианы шынайылық принциптеріне бағынып жұмыс істеуге бейімдеді. Меншік нысаны да бұндай қоғамдарда әралуан болғаны жақсы: мемлекеттік, жекеменшік және қоғамдық. Осындай жағдайда ғана БКҚ өздерінің басты функциясын ақылат пен әділдік тұрғысынан атқаратын болады (Политическое проектирование, 2013, Browning G., 1996, Le Roy, W.S., 2013, MC Luhan, 2010).

Жаңа ХХІ ғасырмен бірге өмірімізге көп өзгерістер еніп, ақпараттық технологиялық прогрестің жылдам дамуы адамдар мен қоғамдар арасындағы коммуникациялық қарым-қатынастардың ғылыми бағыттарының басқаша зерттелуін қажет етуде. Соңғы 20 жылда электронды немесе цифрлық БКҚ (бұқаралық коммуникация құралдары) мен Интернеттің ажырамастай қабысып кетуінен ақпарат трафигі адамның өмір сүру көңістігін тұтас қамтып алды.

«Ақпаратқа тұншығу» термині болашакта ғылыми айналымға еніп жатса таңданбайтын боламыз. Адамзат қоғамы жан-жагынан коршаған ақпараттың террабайттық тасқынын игере алмай, дұрысы мен бұрысын ажырата алмай шатасатын кезең осылай аталуы да мүмкін.

Батыл жасалынған бұл болжамға негіз де жоқ емес. Мысалы, 2014 жылы 190 миллиард гигабайт цифрлық контент жасалған екен. Егер

осы көлемді көз алдымызға елестетер болсақ бұл Күн мен Жердің арақашықтығындағы биіктігі бар 12 қатарлы сөре болады екен. Немесе Жер бетіндегі 7 миллиард 200 миллион адамның әрқайсының 6 тонна кітаптан келеді екен. Қазір әрбір 60 секунд сайын 190 миллион электронды хат жіберіліп, блогтарда, комментарий тармақтарында 2000 пост жазылып, Google-де іздеу үшін 800 мың саяул жасалады екен. Ал, YouTube-ке 700 видео жүктеліп жатады. Осының бәрі 1 минутта ғана (Еляков А. Д., 2003, Grossman L.K., 2003, Bimber B., 2015).

Бұл келтірілген мәліметтерден 2 бағытта өрістеп келе жатқан тенденцияны көреміз.

Біріншісі, дәстүрлі аталауып келген қағазда таратылатын ақпарат құралдары Интернеттегі цифрлық көністікте өздерінің белсенділігін қүшейтуде. Осыған орай саяси өмірге жаңаша принциптегі мультимедиалық журналистка және конвергенттік журналистика ене бастады. Бұндай медиа брэндтің негізін дәстүрлі және жаңа медиа түрін біріктірген коммуникациялық парадигма анықтайды.

Әлемдегі барлық басылымдар сияқты «Егemen Қазақстан» мен «Казахстанская правда» қағазда да, Интернетте де өз нұскаларын жүргізеді (Қазақстан Республикасында ақпараттық тенсіздікті төмендетудін 2007-2009 жылдарға арналған бағдарламасы, 2007). Қatal бәсекеге төтеп беру үшін, өзінің оқырмандар аудиториясын сақтап, одан ары көбейту үшін әрбір қағаздағы медиа жаңа технологиялық шешімдерге жүргінеді. Өйткені, басылым өртөн-ақ жабылып қалуы мүмкін. Конвергенттік редакциялар журналистерге тіпті басқаша, ерекше қатал талаптар қояды: ақпараттық технологияларды еркін мен-геру, ақпаратты дайындау мерзімінің төтенше жылдамдығы. Мысалы, оқиға орнына бірінші келіп жеткен журналист мәтінді жылдам жазып, суретке, видеоға түсіріп, оны ықшамдап, бірнеше минуттан кейін өз ақпарат құралының Интернет нұсқасына іліп қоюы керек. Сонда ғана жедел жаңалықтарды оқырмандар алғаш болып сіздің сайтыңыздан оқиды, сіздің сайтқа кіре-тін адамдар саны көбейеді. Жарнама берушілер қызығушылық танытып сол Интернет ресурсқа жарнамасын орналастырады, сіздің табысыңыз көбейеді.

Екінші тенденция, арнағы саяси жобалар үшін, мысалы, сайлау, референдум өткізу, саяси партиялар өздерінің бағдарламаларын түсіндіру сияқты құрделі саяси науқандар үшін Интернетте ақпарат құралы жұмыс істей бастайды. Коммуникациялық құралдардың көмегімен өзі-

не қажетті қоғамдық пікір қалыптастыру үшін әлеуметтік сауалнамалар, рейтинг нәтижесі сияқты сервистер таратылады. Қоғамдық пікірді бұрмалау мақсатында сұрақ қою формасы, олардың стилі мен түйінделуі арқылы оқырманга әсерін күштейтеді (Toffler Al., 2000, Абдеев Р.Ф., 2014).

Соңғы уақытта Интернетте саяси пікірді бұрмалаудың жаңа форматы – демотиватор мен насиҳат плакаттар қолданыла бастады. Демотиватор немесе демотиваторлық постерде кара түстің үстіне және міндетті түрде жиектемемен (рамкада) берілген суреттер, оның астында тусланып (комментарий) немесе жарнамалық ұрандар (слогандар) жазылады. Олар сайлаушылар мен көрермендерде жақсы көніл күй мен жағымды эмоциялар шақыруға арналған. Өзінің қарапайымдығы мен жасалуға оңайлығынан, Интернетте кең қолданыла бастаган соң саяси технологтардың жақсы көретін құралына айналған. Саяси қарсыластарына пародия түрінде, келемеж түрінде таратылады.

Күрылымдық және функционалдық маңызы жағынан саяси коммуникация саяси жүйелердің басты функциясына жатады. Коммуникацияның құрылымында идеялық және мазмұндық элементтерді, формальды, материалды (ақпарат тарату арналары мен құралдары) элементтерді атауға болады.

Хабар тарату моделі – ақпарат тарату телевизиялық арна арқылы ауқымды аудиторияга бірден, бір уақытта әсер етеді. Бұл жерде біржакты коммуникация жұмыс істейді, аудитория сізben көрі байланысқа шыға алмайды.

Диалогтық модель – адамдар ақпарат бөлісуді бір-бірімен ешкімнің көмегінсіз өздері атқарады. Бұл модельге бір-біріне хат жазу, телефон арқылы байланысу, Интернеттегі әлеуметтік желілер арқылы байланыс орнату жатады.

Консультативтік модель – жеке тұлға өзінен көректі ақпарат пен мәліметті бір орталықтан алалды (серверлерден, мәліметтер базасынан, кітапханалардан). Ақпарат алу түрі мен уақытын, орнын тұлға өзінен ыңғайлы етіп таңдайды.

Тіркелу моделі – жеке тұлға ақпарат базасына ену үшін орталықтың сұранысы бойынша тіркелуге мәжбүр. Бұл модельде орталықтың жеке тұлғага жіберетін ақпараттық ағынды бақылап, басқаруға мүмкіндігі мол.

Галамдық кеңістікте саяси коммуникация модельдерінде «басқарушылар» мен «басқарылатындар» арасындағы ақпарат тарату үрдістері тегістеліп, демократиялық диалог түріне ауысу тенденциясы жедел жүруде (Blum D.,

Walter Lippmann, 2006, International Encyclopedia of Communications, 2001).

Бұған ең басты себепкер – ақпараттық коммуникациялық құралдардың жедел өзгерісі. Технологиялық дамудың арқасында коммуникация да өзінің жанашиыл, прогрессивтік сипаттарын ашып жатыр. Қазіргі коммуникациялық құралдар арқылы әрбір азамат өз ойын еркін білдіруге, пікірін билікке ашық айтуда мүмкіндік алды. Саяси коммуникацияның басты гуманистік функциясы мен қоғамдағы саяси процестердегі бұқаралық коммуникация құралдарының маңызы да осында.

Жаңа әлемдегі ақпараттар ағыны қарамақайшылықтарға толы. Осындағы жойқын күші бар тасқынның арасынан жеке адамның өзінен қажеттің табуы өте қыын. Тіпті, мол ресурстары бар топтардың өзі зор ақпараттық көлемнің арасынан сараптап, өздеріне тиімдісін бөлшектеп шығару үшін көп каражат пен күш жұмсауы тиіс.

Бұндай жағдайда БКҚ басты мәселесі де тұтынушыға көректі ақпараттыға анықтап, ұсыну болып отыр. Ақпарат құралдары анықында ақпаратты таратуда екі түрлі тәсілді қолданады: толық және дәйекті түрде, үзінді, қысқаша түрде баяндау. Бірінші тәсілді көбінесе баспасөз қолданады. Газет пен журналдар мәселені терең, толық етіп жеткізуға құлышты. Екінші тәсілді телевизия, радио және басқа да жаңа медиалар қолданады. Олар өздерінің аудиториясының ақпараттық қысқаша үзік түрінде таратады. Бұл тұндауши мен көрерменге оқиға мен мәселені терең түсіну үшін қызындықтар да туғызады. Осыны түсінген саяси технологтар түрлі манипуляциялар арқылы қоғамдағы пікірді өзінің ыңғайына қаратып жатады. Өзі түсінен қоймаган мәселелер мен оқиғалардың мәнін көрермен мен тындауши журналист айтқан комментарийлер арқылы қабылдауға дағылданып қалады. Ойлауга, басқа ақпарат көздері арқылы ары қарай тексеріп көрудің орнына көрермен өзінен сырттан таңылған пікірге алданады (Dahl R.A., 2012, Wright B., 2014).

Осылайша бірте-бірте көрермен мен тындарман аудиториясы өзі ойлап, тұжырым жасаудан қалып, экрандағы бейне мен сөздерге елтіп, манипуляцияға бейімделе береді. Бұқаралық коммуникация құралдарының жаңа замандағы басты функциялары мен рөлі жылдан жылға өсе бермекші. Ұлт пен мемлекеттің мұддесіне жұмыс істейі үшін қазақ журналистикасының кәсіби деңгейі жоғары болуы тиіс. Осылайша Қазақ елі, қазақ ұлты ғаламдану

процесінде өзіндік бет-бейнесін сақтап, өзінің ақпараттық қауіпсіздігін күшайте алады.

Соңғы 15-20 жылда саясаттану, әлеуметтану мен коммуникацияның теориясын зерттейтін ғылыми бағыттардың қатарына саяси коммуникация қосылды. Саяси коммуникация ғылымының пәнаралық салаларын толық қамтыған ғылыми бағыт ретінде қалыптаса бастады. Мысалы, саяси әлеуметтану, қоғамтану мен саяси антропология сияқты бірнеше ғылымдарды қамти-тын бағыттар саяси коммуникацияны теориялық зерттеу үшін аса қажетті деп саналады. Саяси коммуникацияның теориялық негізін жасаудагы қындық саяси коммуникацияның өзінің анықтамасын табудың қурделі екендігіне байланысты (Castells M., 2002, Грачев М.Н., 2004, Lazarsfeld P., Berelson B. and Gaudet H., 1968).

Қорытынды болім және нәтижелер

Қазіргі қоғамдардағы саясаттың рөлінің күшеюі негізінен бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүргізіледі. Коммуникацияны адам өмірінің маңызды бөлшегі ретінде қарасақ, онда коммуникациялық технологиялардың дамуы мемлекеттегі биліктің өзгеруінде маңызды рөл атқаруы әбден мүмкін. Интернет пен ақпараттық коммуникациялық технологиялардың эволюциясы болашақтағы қоғамдарда бүгінгідей сайлау формалары мен дәстүрлерін өзгертуінің ықтималдығы жоғары құбылыс екенін мойындауда. (Bell D., 2007, Wolton D., 2001, Lasswell H. D., 1960).

Ақпараттық технологиялардың мүмкіндігін қолдану арқылы халық сайлау арқылы ғана, яғни, өздері сайлаган өкілдер арқылы ғана билікке ықпал етпейтін болады. Коммуникативтік технологиялардың көмегімен әрбір азамат мемлекет органдары қабылдайтын шешімдерге тіке-

лей араласып, өз пікірін білдіріп, тиісті шешім шығаруға интерактивті түрде қатысатын болады (Touraine A., 2008, Bimber B., 2005, Әшімбаев С., 1993).

Жоғарыда айтылғандарды сараптай келе мақалада түзілген бірнеше қорытынды нәтижелерді атауға болады. Біріншіден, цифрлық дәуірдегі бұқаралық коммуникация құралдарының қоғамдық сананы бүрмалау мүмкіндігі ете жоғары. Бірақ, бұндай ғажайып құралдың кемшіліктегі де жоқ емес. Басты кемшілік – өздеріне қажет үпай жинап, қажет пікір қалыптастырып жүрген биліктің халықпен кері байланысы үзіледі. Екіншіден, мемлекет тараапынан қаржыландырылатын бұқаралық коммуникация құралдары қоғамдағы қурделі мәселелерді үлкен аудиторияның талқысына шығаруға ұшталмаған, оған ұмтылмайды да. Билік халықтың нақты көніл-күйі мен қындықтары жайлы объективиті ақпарат таба алмайды. Үшіншіден, шынайы өмірден алыстаған, жалған елеске, жалған түсінікке шырмалған билік әлеуметтік шиеленістерге ұшыраған қоғамдарда дұрыс шешім таба алмайды. Сөйтіп, шиеленіс өршіп, саяси партияның, топтың биліктен аластауына алып келеді.

Бұқаралық коммуникация құралдарының қызметі мемлекет пен қоғам үшін пайдалы, аса тиімді болуы үшін барлық ақпарат көздері қоғамның нақты бақылауында болғаны абзал. Сонда ғана, билікке таласқан демократиялық күштер өздерінің бақылауындағы бұқаралық медианы шынайылық принциптеріне бағынып жұмыс істеуге бейімдейді. Меншік нысаны да бұндай қоғамдарда әралуан болғаны жақсы: мемлекеттік, жекеменшік және қоғамдық. Осындай жағдайда ғана бұқаралық коммуникация құралдары өздерінің басты функциясын ақиқат пен әділдік тұрғысынан атқаратын болады.

Әдебиеттер

- Абдеев Р.Ф. (2014) Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – М.: Наука.
 Әшімбаев С. (1993) Парасатқа құштарлық. – Алматы: Жазушы.
 Васильев А. (2010) Диалоги о возможном: письма об открытом обществе / А. Васильев. – М.: Рудомино.
 Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – М., 2011.
 Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004.
 Еляков А. Д. (2003) Современная информационная революция / А.Д. Еляков // Социол. исследования. – №10
 Қазақстан Республикасында ақпараттық тенденциялар 2007-2009 жылдарға арналған бағдарламасы / <http://adilet.zan.kz>
 Малик Е.Н. (2007) Влияние средств массовой информации на политическую активность молодежи в современной России: особенности, перспективы оптимизации. – Орел.
 Песков Д.Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность // Полис. 2002.
 Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций: материалы международной научной конференции: в 2 ч. М., 2013. ч. 2.

Чеснаков А.А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология. 1999. № 4.

Шварценберг Роже Жерар. Политическая социология, часть 3. – М.: РАУ, 1992.

Bell D. The coming of Post-industrial Society: a venture in Social Forecasting. – New York- Basic Books, 2007.

Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. N. Y., Basic Books, 2003.

Bimber B. (2005) The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. V. 31.

Bimber B. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. 2015. V. 31.

№ 1.

Blum D., Walter Lippmann. Cosmopolitan in a Century of Total War. Ithaca, 2006.

Browning G. Electronic Democracy: Using the Internet to Influence Politics. Wilton, 1996.

Castells M. The information age: Economy, Society and Culture. Black well publishers, 2002.

Dahl R.A. Democracy and Its Critics. New Haven: Yale University Press, 2012.

Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics / ed. by A. Corrado, Ch. Firestone. Washington, 1996.

Graber D.A. Mass media and American politics (7th edn). Washington, D.C., 2014.

Graber D.A. Mass media and American politics. – A division of congressional quarterly Inc., Washington, D.C., 2010.

Grossman L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. N. Y., 2003.

Herbert Irving Schiller, Information and the Crisis Economy, Oxford University Press, 1995.

International Encyclopedia of Communications. N.Y., Oxford, 2001.

Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. by Schramm W. Urbana. 1960.

Lazarsfeld P., Berelson B. and Gaudet H. People's Choice, 3d. ed. New York, 1968.

Le Roy, W.S. Mass media / mass culture. – N.Y.: McGraw – Hill, Inc., 2013.

Lippmann W. Early Writings. – New York, 1970.

MC Luhan m' Understanding Media: the Extensions of Man. – New York, 2010.

Shramm, W. and Lerner, D. (eds). Communication and Change. The Last Ten Years and the Next, University Press of Hawaii. 1997.

Toffler Al. The Third Wave. – New Ybrk: William Morrow and Co., Inc., 2000.

Touraine A. The Post-industrial Society: Tomorrow's social h7s tory: classes, conflicts and culture in the programmed society. - New York, 2008.

Wolton D. Penser la communication. – Paris, 2001.

Wright B. The 5 Public Philosophies of Walter Lippmann. – Texas Press. 2014.

References

Abdeev R.F. (2014) Filosofiya informacionnoj civilizacii [Philosophy of Information Civilization] / R. F. Abdeev. M.: Nauka.

Ashimbaev S. (1993) Parasatka kushtarlyk [Passion for sanity] Almaty, ZHazushy.

Bell D. The coming of Post-industrial Society: a venture in Social Forecasting. - New York- Basic Books, 2007.

Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. N. Y., Basic Books, 2003.

Bimber B. (2005) The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. V. 31.

Bimber B. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. 2015. V. 31.

№ 1.

Blum D., Walter Lippmann. Cosmopolitan in a Century of Total War. Ithaca, 2006.

Browning G. Electronic Democracy: Using the Internet to Influence Politics. Wilton, 1996.

Castells M. The information age: Economy, Society and Culture. Black well publishers, 2002.

Chesnakov A.A. Resursy INTERNET i rossijskie politicheskie tehnologii: sostojanie i perspektivy razvitiya // Vestnik MGU.

Serija 18. Sociologija i politologija [INTERNET Resources and Russian Political Technologies: State and Development Prospects // Bulletin of the Moscow State University. Series 18. Sociology and Political Science]. 1999. № 4.

Dahl R.A. Democracy and Its Critics. New Haven: Yale University Press, 2012.

Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics / ed. by A. Corrado, Ch. Firestone. Washington, 1996.

Eljakov A. D. (2003) Sovremennaja informacionnaja revoljucija [Modern Information Revolution] / A. D. Eljakov // So-ciol. issledovanija. -№ 10

Graber D.A. Mass media and American politics (7th edn). Washington, D.C., 2014.

Graber D.A. Mass media and American politics. – A division of congressional quarterly Inc., Washington, D.C., 2010.

Grachev M.N. Politicheskaja kommunikacija: teoreticheskie konceptcii, modeli, vektry razvitiya [Political communication: theoretical concepts, models, vectors of development]. M.: Prometej, 2004.

Grossman L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. N. Y., 2003.

Herbert Irving Schiller, Information and the Crisis Economy, Oxford University Press, 1995.

International Encyclopedia of Communications. N.Y., Oxford, 2001.

Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. by Schramm W. Urbana. 1960.

Lazarsfeld P., Berelson B. and Gaudet H. People's Choice, 3d. ed. New York, 1968.

Le Roy, W.S. Mass media / mass culture. – N.Y.: McGraw – Hill, Inc., 2013.

- Lippmann W. Early Writings. New York, 1970.
- Malik E.N. (2007) Vlijanie sredstv massovoj informacii na politicheskiju aktivnost' molodezhi v sovremennoj Rossii: oso-bennosti, perspektivy optimizacii [Influence of mass media on political activity of youth in modern Russia: features, prospects of optimization]. – Orel.
- MC Luhan м' Understanding Media: the Extensions of Man. - New York, 2010.
- Peskov D.N. Internet v rossijskoj politike: utopija i real'nost' [Internet in Russian politics: utopia and reality] // Polis. 2002.
- Politicheskoe proektirovanie v prostranstve social'nyh kommunikacij: materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii: v 2 ch. [Political design in the space of social communications: materials of the International Scientific Conference]. M., 2013. ch. 2.
- Programma snizhenija informacionnogo neravenstva v Respublike Kazahstan na 2007-2009 gody [Program to reduce the information inequality in the Republic of Kazakhstan for 2007-2009] / <http://adilet.zan.kz>
- Shramm, W. and Lerner, D. (eds). Communication and Change. The Last Ten Years and the Next, University Press of Hawaii. 1997.
- Shvarcenberg Rozhe Zherar Politicheskaja sociologija, chast' 3 [Political Sociology, Part 3]. M.: RAU, 1992.
- Toffler Al. The Third Wave. – New Ybrk: William Morrow and Co., Inc., 2000.
- Touraine A. The Post-industrial Society: Tomorrow's social h7s tory: classes, conflicts and culture in the programmed society. - New York, 2008.
- 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.
- Vershinin M.S. Politicheskaja kommunikacija v informacionnom obshhestve [Political Communication in the Information Society]. M., 2011.
- Wolton D. Penser la communication. Paris, 2001.
- Wright B. The 5 Public Philosophies of Walter Lippmann. Texas Press. 2014.

¹Жанабаев К., ²Тургенбаева А.Ш., ³Каныбек Л.А.

¹Кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Казахстан, г. Алматы, e-mail: ovlur1963@mail.ru

²PhD-докторант, старший преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Казахстан, г. Алматы, e-mail: 2008.1985@mail.ru

³Магистр искусствоведческих наук, Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Казахстан, г. Алматы, e-mail: lora_snl@mail.ru

ЗАИМСТВОВАНИЕ УСТНЫХ ПРИЕМОВ ЖЫРАУ И ПИСЬМЕННО-ЛИТЕРАТУРНОЙ ТРАДИЦИИ АБАЯ АКЫТОМ УЛИМЖИУЛЫ

В художественном переводе древних фольклорных произведений, устной индивидуальной поэзии и профессионально-авторской литературы конца XIX века мы всегда имеем дело с законом формульной грамматики (Парри-Лорда), жестким правилом, которое неизменно следует соблюдать. Это напрямую относится и к переводу поэтического наследия Акыта Улимжиулы, дидактического автора второй половины XIX века. Именно к его творчеству сегодня возрос особенный интерес многочисленных исследователей, переводчиков и просто почитателей культуры. Прежде чем обратиться к важным аспектам художественного перевода, необходимо учитывать безусловное влияние устной традиции жырау как на становление классической письменно-литературной традиции Абая, так и на просветительское творчество видного поэта второй половины XIX века Акыта Улимжиулы. Но и в поэзии последнего также встречаются в изобилии дидактические темы, мотивы, поэтические обороты, реминисценции, аллюзии и Абая, и предшествующей ему назидательно-дидактической традиции. Поэтому, при изучение допереводческого процесса подготовки произведений Акыта Улимжиулы требуется глубокая текстологическая работа, установление степени и характера влияния древней устно-поэтической традиции жырау и фольклора, самого Абая на своего младшего современника, Акыту. Возникает также острая необходимость в сравнительно-сопоставительном анализе художественно-стилевой организации и поэтической системы произведений двух выдающихся поэтов – Акыта Улимжиулы и Абая.

Таким образом, результатом художественно-стилистического и идеально-тематического сплава, устно-стилевой традиции и поэзии Абая стала замечательная поэзия Акыта Улимжиулы, яркого просветителя, общественного деятеля, наследника древнего степного знания второй половины XIX века.

Ключевые слова: устная традиция, формульный стиль, формульная грамматика, жырау, поэтическая система, художественный перевод, закон Парри-Лорда, художественный перевод.

¹Zhanabayev K., ²Turgenbayeva A., ³Kanybek L.,

¹The docent of department of publishing, editorial and designer arts,

al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: ovlur1963@mail.ru

²PhD student, al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: 2008.1985@mail.ru

³Master of arts, al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: lora.snl@gmail.com

Borrowing by Akyt Ulimzhuly of oral techniques of Zhyrau and the written and literary tradition of Abai

The main purpose of this research article was to study the influence of the oral poetic tradition of Zhyrau and the writing and literary tradition of Abai on the work of a prominent akyn of the second half of the XIX century Akyt Ulimzhuly. This is extremely relevant both for the study of oral theory in terms of formula grammar and formula style, and for the theory and practice of literary translation. The founders of such an effective methodology were American folklorists M. Parry and A. B. Lord, known to us as the authors of the oral theory.

Therefore, in the literary translation of ancient folklore, oral individual poetry and professional-author literature of the late 19th century, we always deal with the law of formula grammar (Parry-Lord), a strict rule that should always be observed. This directly applies to the translation of the poetic heritage of Akyt Ulimzhuly, the didactic author of the second half of the nineteenth century. It is to his work that the special interest of numerous researchers, translators, and simply fans of culture has increased today.

Before turning to the important aspects of literary translation, it is necessary to pay attention to the unconditional influence of the oral tradition of zhyrau, both on the formation of the classical written and literary tradition of Abai, and on the educational work of the prominent poet of the second half of the 19th century, Akyt Ulimzhuly. But in the poetry of the latter, there are also a large number of didactic themes, motifs, poetic turns, reminiscences, allusions of Abai, and the preceding instructive-didactic tradition.

Therefore, in the pre-translation process of preparing works of Akyt Ulimzhuly, deep textual work is required, establishing the degree and nature of the influence of the ancient oral-poetic tradition of zhyrau and folklore, Abai himself on his younger contemporary, Akyt. There is also an urgent need for a comparative analysis of the artistic and stylistic organization and poetic system of the works of two outstanding poets, Akyt Ulyumzhuly and Abay.

Thus, the result of the artistic and stylistic and ideological and thematic fusion, oral and stylistic tradition and poetry of Abai was the wonderful poetry of Akyt Ulyumzhuly, a bright enlightener, public figure, heir to the ancient steppe knowledge of the second half of the XIX century. This is proved by a comparative analysis of poetic formulas and stylistic repetitions in the works studied.

Key words: oral tradition, Parry-Lord's law, formula style, formula grammar, zhyrau, poetic system, literary translation, literary translation.

¹Жанабаев К., ²Тургенбаева А., ³Қаныбек А.,

¹доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., е-mail: ovlur1963@mail.ru

²докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., е-mail: 2008.1985@mail.ru

³магистр, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., е-mail: lora.snl@gmail.com

Ақыт Үлімжіұлының жыраудың ауызша тәсілдері мен Абайдың жазбаша-әдеби дәстүрлерін өз туындыларында қолдануы

Зерттеудің басты мақсаты – жыраудың ауызша ақындық дәстүрінің, Абайдың жазу және әдеби дәстүрінің XIX ғасырдың екінші жартысында белгілі ақын Ақыт Үлімжіұлының жұмысына әсерін зерттеу. Грамматиканың формулалық стилі бойынша бұл ауызша теориясы, сондай-ақ әдеби аударма теориясы мен практикасы үшін өте маңызды. Осындай тиімді әдістеменің негізін қалаушылар американцық фольклорлар М. Парри мен А.Б. Лорд, бізге ауызша теорияның авторлары ретінде танымды.

Сондықтан, фольклорлық шығармалардың көркем аудармасында, ауызша жеке поэзияда және XIX ғасырдың соңындағы көсіби-авторлық әдебиетте біз әрдайым формулалық грамматиканың заңымен айналысадамыз, көркем аудармада үнемі сақталуы керек қатаң ереже.

Аудару алдындағы процесс барысында Абайдың және оның қазіргі заманың кіші нұсқасы, Ақыттың өнер әлемдеріне көне ауызша-поэзиялық, жыраулар мен фольклор дәстүрінің дәрежесі мен табиғатын қалыптастыруды талап ететін терең текстологиялық жұмыс қажет. Сондай-ақ, көркемдік стильді үйімдастыруды және екі көрнекті ақын – Ақыт Үлімжіұлы мен Абайдың шығармаларының ақындық жүйесін салыстырмалы талдау қажет.

Абайдың көркем-стилистикалық, және идеологиялық-тақырыптық қосындысы, ауызша стильдің дәстүрі мен поэзиясының нәтижесі XIX ғасырдың екінші жартысындағы ежелгі дала білімінің мұрагері, жарқын ағартушы, қоғам қайраткері Ақыт Үлімжіұлының керемет поэзиясы болды. Ол зерттелген туындыларда ақындық формулалар мен стилистикалық қайталанулардың салыстырмалы талдауы арқылы дәлелденді.

Түйін сөздер: ауызша дәстүр, Парри-Лорд заңы, формулалық стиль, формулалық грамматикасы, жырау, поэтикалық жүйе, көркем аударма, әдеби аударма.

Введение

Имя замечательного нашего соотечественника, поэта, мыслителя и общественного деятеля Акыта Улимжиулы в настоящее время уже хорошо известно широкому кругу казахской интелигенции. Как и все поэты послеабаевского вре-

мени, Акыт акын был последователем древней степной просветительской традиции, идущей от культа предков, знания жырау и народной этики и психологии. Вместе с тем, будучи последователем Абая и современником Шакарима, Акыт внес значительный вклад в поэтическое искусство, сохранение и популяризацию великого фи-

лософско-этического абаевского наследия. Для нас, журналистов, историков, филологов и литераторов, его творчество представляет особую ценность. Это огромный материал по исследованию сущности и законов казахского(турецкого) устного поэтического искусства, его генезиса, по истории общественной, этической и эстетической мысли казахского народа.

В этом плане важно обратить наше внимание на те актуальные вопросы, которыми ныне занимается современная американская и российская фольклористика, а именно – природа *формульного стиля* и *формульной грамматики*, которые, в конечном счете, должны привести науку к *теории энергий*, изначальным и фундаментальным основаниям бытия: «теории торсионных полей», «теории квантов» и т.д. Ведь, в конечном итоге, мы приходим от исследования энергии текстовых форм к исследованию и пониманию энергетических сущностей и явлений, хорошо известных древним.

И в художественном переводе фольклорных произведений, устной индивидуальной поэзии и профессионально-авторской литературы древности и позднего средневековья мы всегда должны иметь дело с теми же законами формульного стиля и формульной грамматики, жестким правилом, которое неизменно следует соблюдать, дабы сохранить энергию стиха, жанра, всей уникальной формы устного высказывания, энергию авторского высказывания.

Поэтому и в допереводческом процессе необходима тщательная, скрупулезная и системная текстологическая работа. Особый аспект нашего исследования: установление степени и характера влияния древней устно-поэтической традиции жырау и фольклора как на художественный мир великого Абая, так и на его младшего современника Акыта Улимжиулы, ведь и тот, и другой были наследниками одной великой степной устной традиции.

В таком случае возникает сложная и актуальная проблема: проблема авторства на стыке различных процессов взаимодействия устной традиционной и собственно-авторской поэзии. А отсюда также вырастает и необходимость в сравнительно-сопоставительном анализе художественно-стилевой организации и поэтической системы произведений двух выдающихся поэтов второй половины XIX века – Акыта Улимжиулы и Абая.

Все это наглядно подтверждает особенность развития кочевой поэтической культуры до Нового Времени, раскрывает такие ее важнейшие

признаки, как преемственность, целостность, переходность (текучесть форм), непрерывность, цикличность, показывает, что могучая поэзия Акыта Улимжиулы стала закономерным результатом художественно-стилистического и идеино-тематического сплава древней кочевой устно-стилевой традиции и классической поэзии Абая – великого казахского просветителя, общественного деятеля, наследника степного знания второй половины XIX века.

Актуальность исследования

Такое важное обстоятельство не может не вызвать множества острых вопросов, особенно в сфере поэтического перевода. Возникает закономерная необходимость в полном и системном текстологическом исследовании поэтического наследия Акыта Улимжиулы. Это – актуальная проблема художественного перевода.

Наиболее рельефно эта переводческая проблема предстанет, когда исследователи и переводчики столкнутся с прямым и частым цитированием произведений Абая или поэзии жырау в творчестве Акыта. Именно поэтому нам сегодня необходимо взять на вооружение наиболее эффективный и вместе с тем перспективный прием, метод, теорию Парри-Лорда, когда не только в процессе художественного перевода фольклорных произведений, устной индивидуальной поэзии и профессионально-авторской литературы конца XIX века, но в целом в устном фольклорном тексте, мы всегда имеем дело с законом *формульной грамматики*, жестким правилом, альтернативы которому мы пока не видим.

Поэтому, как и писали выше, наиболее *актуальной* в допереводческой лаборатории становится тщательная текстологическая работа, выявление степени и характера влияния устно-поэтической традиции жырау и фольклора в целом на художественный мир авторов письменно-литературной традиции: Абая и его младшего современника Акыта. Здесь необходимо привести в систему весь, задействованный поэтами, основной корпус эпических и иных формул, создать классификацию основных приемов, всех элементов устно-стилевой техники древних и средневековых носителей поэтической культуры: жырау, акынов, салов и серэ.

На первое место здесь выступает сравнительно-сопоставительный анализ всей художественно-стилевой организации и поэтической системы произведений Акыта Улимжиулы с художественной системой его предшественника Абая как важнейший метод исследования текста.

Актуальным представляется такое мнение, что *формульный стиль* и *формульная грамматика*, являясь достижениями фольклора любого народа, именно в казахской кочевой устно-музыкальной традиции, в силу специфического общественного развития, функционируют более всего, в чистой, первородной форме, что помогает осмысливать наиболее общие законы происхождения поэтической речи из мифа, первобытного обряда и ритуала. Такой анализ неизбежно приведет исследователя к начальным основаниям поэтической культуры – культу солнца и Неба, погребальному и поминальному обряду, связанному и с идеей бессмертия.

Научно-теоретическая база

Наиболее ценные методологические разработки в области устной теории, фольклора, мифологии, устно-литературных памятников встречаются в трудах таких замечательных исследователей, как Аникин В., Астафьева Л., Атдаев А., Бадмаев А., Бектуров Ж., Бекхожина Т., Борев Ю., Валиханов Ч., Веселовский А., Вирсаладзе Е., Гацак В., Гашаров Г., Гринцер П., Далгат У., Дюсенбаев И., Еремина В., Жирмунский В., Жумалиев К., Исмаилов Е., Короглы Х., Кравцов Н., Лихачев Д., Лорд А., Мелетинский Е., Монроу Дж., Невелева С., Негимов С., Неклюдов С., Никитина М., Османов М., Парри М., Потебня А., Пропп В., Путилов Б., Пухов И., Рифтин Б., Селиванов Ф., Сидельников В., Сикалиев А., Смирнова Н., Стеблева И., Турсунов Е., Фрейденберг О.

Конечной целью науки о устно-стилевой технике Акыта ақына станет изучение оригинальной природы его поэтического текста и специфики формально-стилевых и содержательно-стилистических компонентов его поэзии – наследия устной традиции и влияния Абая, чем занимались основоположники устной теории М. Парри и А.Б. Лорд.

Такое исследование исходит из основной потребности современных гуманитарных наук – фольклористики, литературоведения, теории художественного перевода, психолингвистики, когнитивистики, – вернуться к истокам единой культурной традиции (Р. Генон о единой «Изначальной Традиции») и поэтического искусства, к начальным основаниям науки, к подлинным культурным ценностям древнего человечества, расставить ясные методологические и научно-теоретические и национальные ориентиры в условиях грядущей глобализации и межкультурной интеграции.

Оно направлено на решение актуальных общетеоретических проблем литературоведения и фольклористики, имеет практическое и научно-методологическое значение как для исследователей истории и теории литературы, истории культуры, философии, так и для специалистов в сфере художественного перевода, решая важнейшие проблемы взаимодействия фольклора и литературы, теории литературы, генеалогии искусств, семиотики и аксиологии художественных явлений.

Дискуссии и обсуждения.

Среди частных и наиболее интересных проблем, которыми занимается современная теория *устно-стилевой техники*, особое место занимает проблема *формульности* поэтической речи, формульного устного стиля исполнения. Идеи формульности, формульного стиля вытекают из самой природы традиционного устно-музыкального исполнения на протяжении долгого времени, а иногда и целых веков, передаваемого от поколения к поколению. Теория *устной техники* впервые была обоснована американскими исследователями М. Парри и А.Лордом. Суть их *формульной грамматики* устно передаваемого и запоминаемого текста кратко изложил в своей монографии известный казахский фольклорист Б. Абылқасимов: «По определению М. Парри, – пишет ученый, – формула – это группа слов, регулярно употребляемая в одинаковых метрических условиях для воплощения заданной основной идеи» (Абылқасимов Б.Ш., 1984: 71).

Этот закон устной техники и до наших дней не утратил своей ценности. Методика исследования формульного стиля Парри-Лорда обладает высокой точностью, эффективностью как для исследования генезиса (происхождения) устно-стилевого творчества и реконструкции древнего поэтического мышления и связанного с ним мифа и ритуала, как для выявления его изначальной сущности (的独特性, самоценности), так и для перспектив исследования ее связей с мифологическим мышлением, психолингвистикой, когнитивистикой, теорией энергий, другими науками. Именно *формульность* устного стиля, этот устойчивый и изначальный структурно-стилистический комплекс музыкально-словесной техники певца способствует максимально раскрытию его индивидуально-авторского своеобразия, выявлению стиля и жанровой специфики созданного им текста в процессе дифференциации традиционных способов и приемов и в целях вычленения его индивидуально-авторс-

кого своеобразия, его личностного самовыражения в общей системе *коллективной практики*. Об этом мы и прежде писали в «Поэтической системе...» (Жанабаев К., 2004: 44). В особенности примечательны и для исследования, и для общего осмысления специфики казахского кочевого поэтического мировоззрения, отработанные многовековой музикально-поэтической практикой формулы, устойчивые стилистические обороты, различные виды повтора.

Этот устойчивый корпус певца свидетельствует о древности эпических формул и формульных образований, обращает наше внимание на их связь с начальными основаниями (мифом, обрядом и ритуалом), на истоки древнего мировоззрения, на возможность реконструкции этих самых *начальных структур*, оснований всякого устного текста и всякого древнего жанра.

Наиболее актуальна эта проблема заявляет о себе, когда речь идет о диалектическом взаимодействии двух поэтических практик: устной и письменной, в момент процесса перехода устного текста в письменный.

Такое явление мы повсеместно наблюдаем в казахской поэтической культуре второй половины XIX века, у вчерашних кочевников. Таково творчество выдающихся просветителей: Абая Кунанбаева, Акыта Улимжиулы, Машхур-Жусупа Копеева, большого числа других, не менее ярких личностей, еще окончательно не порвавших с великой и древней степной устной традицией, но уже приобщенных к новой, письменно-литературной.

Текстологи, изучающие этот период, давно заметили, что в творчестве двух крупнейших поэтов – Абая и Акыта – и формульный стиль, и формульная грамматика некоторым образом совпадают. Исходя из обстоятельства, что Акыт акын – младший современник Абая, мы отмечаем в его творческой практике многократное использование им традиционных формул, эпических приемов, постоянных эпитетов, устойчивых сравнений, метафор, клише, однородных стилистических конструкций, разного рода повторов, а также и прямое цитирование им самых известных строк Абая:

1 <i>Гасықтың тілі тілсіз тіл,</i> Көзбен көр де ішпен біл.	3 ... <i>Бес нәрседен қашық бол,</i> <i>Бес нәрсеге асық бол...</i>
2 <i>Қайран жұртым, қазагым,</i> қалың елім, Бет көріп сейлескенде бәрін корім.	4 <i>Қартайдық, қайғы ойладық,</i> ұйқы кермек, Ақылың – ашыған у, ойың зенбек...

Для современного европейского исследователя, не знакомого с устной казахской традицией и обнаружившего бы такой удивительный факт, это могло бы показаться несколько странным и необычным. Хотя мы привели лишь четыре примера такого употребления.

Вместе с тем, исследователям и тюркского фольклора, и древней и средневековой казахской поэтической культуры хорошо известно об одном традиционном приеме устно-стилевой техники, который именуется в фольклористике *интонационно-синтаксической стереотипией* – одной из разновидностей традиционного повтора в фольклоре и устной индивидуальной поэзии акынов и жырау. Полным ее выражением является тюркская тематическая анафорическая формула.

Вот лишь некоторые образцы этой *интонационно-синтаксической стереотипии*, которая встречается в устной практике жырау разных времен:

Жел, жел есер, жел есер. **Жел, жел есер, жел есер.**
Жел астында қарасам... **Жел астында қарасам...**

Ветер, ветер веет, ветер веет, Ветер, ветер веет, ветер веет,
Ветер веет – вижу, как ветром... Ветер веет – вижу, как ветром...
Шалқиз, XVI в. *Жиембет*, XVII в.

Кет-Бұғадай билерден **Кет-Бұғадай билерден**
Кенес сұрап күн қайда... **Кенес сұрап күн қайда...**

Когда даст нам совет наконец, Когда даст нам совет наконец,
Кет-Буге подобный мудрец? Кет-Буге подобный мудрец?
Доспамбет XVI в. *Махамбет*, XIX в.

Күмбір, күмбір кісінетіп **Күмбір, күмбір кісінетіп**
Күренді мінер күн қайда... **Күренді мінер күн қайда...**

Где тот день, когда мы возьмем Где тот день, когда мы возьмем
Громко ржущих рыжих коней?.. Громко ржущих рыжих коней?..
Доспамбет, XVI в. *Ахтамберды*, XVII в.

Асқар, асқар, асқар тау, **Асқар, асқар, асқар тау,**
Асқар таудың со бүркіт **Асқар таудың со бүркіт**
Ылдидың аңын шалар ма? **Ылдидың аңын шалар ма?**

Кручи, кручи, кручи гор,
Кручи гор... Орлиный взор
Разве не узрит зверька?...
Шалқиз, XVI в. *Махамбет*, XIX в.

Казахские примеры приводятся по книге «Бес ғасыр жылрайды» (Магауин М., Байділдаев М., 1989: 31-196).

Тюркская тематическая анафорическая формула – древнейший элемент устно-музыкаль-

ной практики казахских кочевников – всегда выступает сильным поэтическим средством. Отработанная многовековой устной поэтической культурой народа, эта формула служит важнейшим источником мнемотехники (искусства запоминания) и одновременно источником порождения нового текста.

Акыт Улимжиулы, автор множества назидательно-дидактических и просветительских произведений в духе Абая, широко использовал это эффективное поэтическое средство, как использовали его прежде предшественники, а затем и современники поэта.

В структуре назидательно-дидактического высказывания оно выступает в форме традиционного синтаксического повтора, организует зчин произведения, формирует его стиль и жанр, отвечает его идейной цели. Основная же функция такого повтора – создание новой песни с новым содержанием на основе готовой древней формы, имеющей значение канона. Поэтому он и называется *формулой*. И становится эмоциональным, идеально-эстетическим, жанрово-стилевым источником следующего устного произведения.

Следует вспомнить, что в истории классической тюркской письменной литературы периода Золотой Орды мы встречаемся с подобным поэтическим приемом, когда каким-либо автором прямо заимствуются отдельные строки или большие тематические блоки. Иногда в процессе *вольного переложения* какой-либо поэмы автор нового произведения целиком использует стихи и отдельные сюжеты из произведений других поэтов. В западной традиции такой прием называется *артоцитатой*.

Этот прием особо понятен тем, кто знаком с жанром *назира*, приемом подражания, такой творческой формой *перепевания* или *переложения*, когда автор целиком использует сюжет и форму широко известного произведения в составе своего собственного.

Особенностью подобного творческого переложения является как раз именно то, что эти поэтические произведения на качественно новом уровне осмыслиения создают и новые миры. В своей основе они имеют неписанный, но существовавший изначально и восходящий к устному тюркскому обычью, древний поэтический канон, получивший в рамках персо-арабского и тюркского межкультурного взаимодействия значение эстетической нормы. Примером может служить прекрасное сочинение XIV века «Гулистан бит-тюрки» Сейфа Сарайи.

«Гулистан» Сейфа Сарайи является не переводом с персидского в прямом смысле, – пишет Э.Н. Наджип, – а его своеобразным переложением... Вольные переводы широко были распространены не только в средневековые... Творчески видоизменяя, расширяя или вставляя в начало или конец стихотворения Саади собственные бейты, Сейф Сарайи часто заключает в них свой тахаллус – литературный псевдоним...» (Наджип Э.Н., 1989: 91-92).

Многие выдающиеся поэты Востока создавали свои замечательные шедевры именно в этом жанре. И таковыми стали не только «Гулистан бит-тюрки» Сейфа Сарайи, но и «Хосров и Ширин» Кутбы и даже – «Кисса-и-Рабгузи» и другие, не менее выдающиеся произведения времени расцвета классического тюркского средневековья. Например, хорошо известно, что «Хосров и Ширин» – творческий перевод низами Гянжеви, а «Гулистан бит-тюрки» – одноименной поэмы Саади.

И этот жанр, как мы убеждены, является не только традиционным наследием, но и достоянием тюркской литературы времени Золотой Орды, и как духовный «завет» восходит к устно-стилевой практике носителей кочевой поэтической культуры: акынов и жырау Северного Кавказа, Центральной Азии и Южной Сибири.

Именно эту традицию, как видим, и использует Акыт акын, развивая творческую мысль Абая по-своему:

1. <i>Картайдық, қайғы ойладық қандай заман,</i> Байқасан, жас мінезі сондай жаман. Терін сатпай, телміріп міндег артып, Ендігінің әдегі «берші маған»...	3. <i>Қайран жұртым, қазагым, қалың елім,</i> Бет көріп сөйлескенде бәрің көрім. Токтау сөз, берекеден кеткеннен соң, Жеке-жеке сандалып түсті белің. Әр кім жымып өзі бір жеке ойменен, Тарқата алмай кеттің қой көңіл шерін!...
2. <i>Бес нәрседен қашық бол, Бес нәрсеге асық бол Нәсихатым жастарға. Өтірік, өсек, еріншек, Орынсыз шашпақ малды тек...</i>	4. <i>Fашықтың тілі тілсіз тіл, Көзбен көр де ішпен біл».</i> Сүйісер жастар біледі, «Мейілің илан, мейілің кул».

То, что Акыт акын во многих произведениях именует себя последователем учения Абая, вполне подтверждается анализом его текстов. Оба выдающихся просветителя, они

словно перекликаются друг с другом. Они жили в разных регионах казахской земли, но, вероятно, слышали друг о друге от других кочующих поэтов. Казахская земля, когда-то не разделенная границами, была одним полем музыкально-словесного искусства, где когда-то кочевали, перепевая друг друга, акыны, салы и сери. Такое эстетическое явление ярко представлено в бессмертном романе «Путь Абая» М.О. Ауэзова.

Поэтому в творчестве Акыта, как и в творчестве Абая, мы находим те же традиционные формы, устойчивые клише, пословицы, поговор-

ки, постоянные эпитеты и сравнения, метафоры, однородные стилистические конструкции, что и у жырау и акынов. Все это – одно духовное наследие устной техники казахов-кочевников, богатый арсенал их средств и приемов в условиях бесписьменного и повсеместного музыкально-словесного искусства.

К тому же, Акыт употребляет уже и абаевские, авторские, строки.

Приведем лишь несколько примеров воздействия устно-стилевой техники и индивидуально-авторских интонаций на художественную систему Акыта Улимжиулы:

1.

Қартайдық, қайғы ойладық, үйқы кермек,
Ақылың – ашыған у, ойың зенбек.

Абаевская интонация и образная система, размер
(11-сложник).

2.

Қартайдық, қайғы ойладық қандай заман,
Байқасан, жас мінезі сондай жаман.

Повтор абаевского зачина с последующим развитием собственной темы Акытом.

3.

Адақаның алды жөн, арты сокпак
Сонда білер басына тисе токпак.

Использование традиционной казахской пословицы, выступающей в роли формулы

4.

Қайран жұртым, қазагым, қалың елім,
Бет көріп сәйлескенде бәрін көріп.

Заимствование первой строки известного стихотворения Абая, с последующим развитием собственной темы Акытом.

5.

Оку оқы, жігіттер, Сабакқа бер баланды. Использование устойчивой формулы, известной по толгай Асан Қайғы:
Қаниша жақсы болса да, Надан бала қаранғы. *Қаниша жақсы болса да,*
Тұбіндеге қолын жеткізер,
Оқи білсе ғаламды.

Традиционное противопоставление *жаман-жақсы* встречается и в фольклоре, и в индивидуальной поэзии жырау. Включено в состав анафорической тематической формулы. Такая формула выступает важным средством мнемотехники.

6.

Жаман жігіт мінезі,
Жақсыға жақын жанамас,
Жүргігі бөтен досыңыз,
Өз көніліндей саналмас.

Интонации жырау (Бухара и Ахтамберды). Особенность *формульной структуры*, помимо самого *жыра*, в этом примере составляют две глагольные рифмы. Одна выполняет функцию редифа (*деменіз*), а другая – морима (глагола условия). Все слова в правилах формульной грамматики занимают свое место в жесткой схеме *жыра* и уступают место лишь определительным характеристикам.

7.

Жомартты жомарт *деменіз*, Пакырға көзін *салмаса*. Бейбіше бейбіше *деменіз*, Қабына сурі *салмаса*.
Мергенді мерген *деменіз*, Атқан аңын *алмаса*. Сопыны сопы *деменіз*, Шаригатқа өзі *нанбаса*.
Баланы бала *деменіз*, Жұмсаған жерге *бармаса*...

Повтор известного зачина Бухара жырау с последующим развитием собственной темы

8.

Шагала келмей жаз болмас...

Использование казахской пословицы. Она выполняет функцию зачина, выступая в качестве анафорической формулы в поэзии жырау (Бухар) и Махамбета.

10. *Жаман қатын алсаңыз...* Повтор известной дидактической формулы с традиционным эпитетом *жаман*. Часто используется жырау (Асан Кайғы, Бухар)
11. *Асқар, асқар асқар тау,* Адыр болар малдан соң... Акыт использует традиционную эпическую анафорическую формулу, которая часто выступает в качестве философского зерна в поэзии жырау (Шалкииз, Бухар, Ахтамберды) и Махамбета.
12. *Жақсы жігіт жалғанда,* Жаман қатын алмасын. Өмірінше көр болып, Өкінішке калмасын. Эта антонимические определительные характеристики – *жаман-жаскы* – часто встречаются в фольклоре и в поэзии жырау и составляют основу формульного стиля. Включены в состав тематической анафорической формулы, играющей роль зерна для нового произведения поэта. Вторая анафорическая скрепа не является тематической формулой, но подтверждает жесткое правило формульной грамматики.
13. *Қайратты туган қайран ер,* Құлшылығын тастар ма? Здесь анафорическая тематическая скрепа составляет основу формульного стиля. Его признаком выступают устойчивые сочетания определительных характеристик с ключевыми словами. Они занимают свое постоянное место в жесткой схеме жыра:
Канша жаскы болса да,
Қайратты туган ер гаріп. (Асан Кайғы)
14. *Мұратсызben қош болма,* Күбідей түпсіз бос болма. Здесь слышится назидательная интонация жырау. Формульный стиль диктуется редифом, занимающим значительное место в жесткой схеме жыра. Внутренняя рифма: *қош – бос* придает звуковую монолитность, усиливая эмоционально-психологический фон высказывания.
15. *Зар заман* Известная художественно-определительная характеристика времени (эпоха скорби), выступает традиционной эпической формулой в поэзии жырау, певцов эпохи Зар заман, Махамбета Утемисова и всех последующих акынов.
16. *Қайран елім оқыр жүр...* Повтор известного в фольклоре и в поэзии Абая традиционного зерна с последующим развитием собственной темы
17. *Кіліы-құлы заманың,* Үақыт жетті шалқыма... Повтор известного в фольклоре и в поэзии жырау эпического зерна (Асан Кайғы, Бухар и другие) с последующим развитием собственной темы
18. *Биссмиллә кенес сөз басы,* Қызыл тілім сайраши. Традиционное обращение, выступающее в качестве зерна, всегда занимает лидирующее положение. Основу второго стиха составляет постоянный эпитет. Он соотносится с красноречием и искусством слова в фольклоре, в творчестве жырау и акынов и последующих поэтов (Абай).
19. *Ей, зар заман, зар заман,* Зарлатып кеткен тар заман. Использование поэтом Акытом устойчивой эпической формулы, в составе которой известная характеристика времени (эпоха скорби). Эта эпическая формула представлена здесь в форме синтаксической анафоры. Часто встречается в поэзии жырау, певцов эпохи Зар заман, Махамбета Утемисова и всех последующих акынов.
20. *Үлімжі деген атам бар,* Көс кіндік қара ботам бар. Классический пример формульного стиля и формульной грамматики: Имя героя является ключевым и занимает первую позицию в жесткой структуре жырау. Релифная организация жырау соответствует его четкой схеме: $3+2+3 / 3+2+3$ – где ее основу составляет глагол. Все остальные структурные элементы распределены в соответствии с правилом формульной грамматики. Легко узнается интонация Махамбета:
- Исатай деген ағам бар,*
Ақ кіреуке жағам бар...

Заключение

В заключение скажем, что великая степная традиция устного словесно-музыкального исполнения жырау и акынов сформировала и Абая Кунанбаева, и Акыта Улюмжиулы, оказала влияние на их художественно-стилистическую систему.

С глубокой древности и до начала XX века эта традиция кочевников представляют собой идеальную почву искусства (Ф. Ницше). Из древних ее недр выходили тысячи певцов, музыкантов, ораторов, других носителей устной поэтической культуры казахского народа.

Об этих носителях поэтической культуры казахского народа писали в своих трудах Е. Турсунов (Турсунов Е.Д., 1999), С. Негимов (Негимов С., 1980), Ж. Бектуров (Бектуров Ж.Ж., 1989), Ч.Ч. Валиханов (Валиханов Ч.Ч., 1981).

Все их мастерство зиждилось на преемственности многовекового знания древних и средневековых жырау и на безошибочной оценке народного вкуса и качества. На эту эстетичес-

скую сторону эпического искусства и раньше обращали внимание многие эпосоведы, начиная с Чедвиков (M. Chadwick, N.K. Chadwick. L., 1940).

Но это мастерство в настоящий момент, безусловно, должно быть осмыслено в рамках новой научной парадигмы: устной стилевой теории М. Парри и А.Б. Лорда (Lord Albert B.: 1956; 1970; 1989; 1991; 1994; 1995; 2000) и их российских последователей (Путилов Б.Н., Зайцев А.И., Клейнер Ю. А.1994).

Высоко было значение традиционного музыкально-словесного искусства, доведенного до филигранного мастерства в творчестве акынов, жырау, салов, серэ и последующей письменно-литературной традиции абаевской эпохи. Результатом такого художественно-стилистического и идеально-тематического сплава стала замечательная поэзия Акыта Улюмжиулы, современника Абая, яркого просветителя, общественного деятеля, наследника древнего степного знания.

Литература

- Абылқасимов Б.Ш. Жанр толғау в казахской поэзии. – Алма-Ата: Наука, 1984. – 120 с.
- Бектуров Ж.Ж. Проблема семантики устной индивидуальной культуры. В сб.: Исследование по истории и семантике стиха. – Караганда, 1989.
- Бес ғасыр жырлайды: 2 томдық. // Құраст. М. Мағауин, М. Байділдаев. – Алматы: Жазушы, 1989. – Т.1. – 384 б.
- Валиханов Ч.Ч. Собрание сочинений в 5-ти томах. – Алма-Ата: Главная редакция Казахской Советской Энциклопедии, 1981.
- Жанабаев К. Происхождение, структура и функция тематических анафорических формул, и их значение в переводе. В кн.: Поэтическая система произведений жырау XV-XVIII веков: к начальным основаниям художественного перевода. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 260 с.
- Лорд А. Б. Сказитель / Пер. с англ. и comment. Ю. А. Клейнера и Г. А. Левинтона. Послесл. Б. Н. Путилова. Статьи А. И. Зайцева, Ю. А. Клейнера. – М.: Издат. фирма «Вост.лит.» РАН, 1994. – 368 с
- Lord Albert B. Epic Singers and Oral Tradition / Albert B. Lord // The Kalevala, South Slavic Epics, and Homer. Ithaca and London: Cornell University Press. 1991. P. 105–132.
- Lord Albert B. The Singer of Tales. Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts; London, England. 2000. 307 p.
- Lord Albert B. The Singer Resumes the Tale. Ed. Mary Louise Lord. Cornell University Press: Itaca and London. 1995. 258 p.
- Lord Albert B. Avdo Mededović, Guslar // Slavic Folklore. A Symposium. Vol. 6. Bibliographical and Special Series. American Folklore Society. Ed. Albert Bates Lord. Philadelphia. The William Byrd Press, Inc.: Richmond, Virginia. 1956. P. 122–132.
- Lord Albert B. Foreword // Elias Lönnrot. The Kalevala. Transl. Keith Bosley. Oxford University Press: Oxford, New York. 1989. P. VI–X.
- Lord. Ed. John Miles Foley. 1981. Slavica Publishers, Inc. 461 p.
- Russian Folk Tales. Selected and Edited by Albert B. Lord. Printed for the Members of the Limited Editions Club: New York. 1970. 196 p.
- Наджип Э.Н. Сочинение «Гулиста бит-тюрки» Сейфа Сарайи. В кн.: Исследования по истории тюркских языков XI-XIV вв. – М.: Наука: Главная редакция восточной литературы, 1989. – 283 с.
- Негимов С. Өлең ерімі. – Алматы: «Ғылым» баспасы, 1980. – 136 бб.
- Oral Tradition in Literature: Interpretation in Context. Ed. J. M. Foley/ A. B. Lord // The Merging of Two Worlds: Oral and Written Poetry as Carriers if Ancient Values. University of Missouri Press: Columbia, 1986. P. 19–65. Oral Traditional Literature: A Festschrift for Albert
- Lord. The William Byrd Press, Inc.: Richmond, 1 Virginia. 1956. 132 p.
- Slavic Folklore. A Symposium. Volume 6. Bibliographicaland Special Series. American Folklore Society. Philadelphia. Ed. Albert Bates.

Турсунов Е.Д. Возникновение баксы, акынов, сэри и жырау. – Астана: Фолиант, 1999. 267 с.
Chadwick, H. M. The Growth of Literature / H. M. Chadwick, N. K. Chadwick. L., 1940.

References

- Abylkasimov B. SH. (1984) Zhanr tolgau v kazahskoy poezii [Genre of tolgau in Kazakh poetry]. Alma-ATA: Science, 120 pp.
- Bekturov Zh. Zh. (1989) Problema semantiki ustnoj individual'noj kul'tury. V sb.: Issledovanie po istorii i semantike stiha [The problem of semantics of individual oral culture. In the collection: A Study of the history and semantics of the verse]. Karaganda.
- Magawen M., Baydildayev M. (1989) Bes Gasyr zhyrlaydy [Songs of five centuries]: 2 tomdu. Almaty: Zhazushy, vol.1, 384 pp.
- Valihanov, Ch.Ch. (1981) Sobranie sochinenij v 5-ti tomah [Collected works in 5 volumes]. Alma-ATA, Main edition of the Kazakh Soviet Encyclopedia.
- Zhanabayev K. (2014) Proiskhozhdenie, struktura i funkciya tematicheskikh anaforicheskikh formul, i ih znachenie v perevode. V kn.: Poehticheskaya sistema proizvedenij zhyrau XV-XVIII vekov: k nachal'nym osnovaniyam hudozhestvennogo perevoda [The origin, thematic structure and function of anaphoric formulas, and their meaning in translation. In the book.: Poetic system of Zhyrau works of the XV-XVIII centuries: to the initial foundations of literary translation]. Almaty, Kazakh University, 260 pp.
- Lord A.B. (1994) Skazitel' / Per. s angl. i komment. Klejnera, YU.A., Levinton, G.A. Poslesl. Putilova, B.N., Statya Zajceva, A.I., Klejnera, YU.A., [The Singer of Tales]. East.lit."Russian Academy of Sciences, 368 pp.
- Lord A.B. (1991) Ehpicheskie pevcy i ustnaya tradiciya [Epic Singers and Oral Tradition]. Ithaca, NY: Cornell Univ. Press, 105-132 pp.
- Lord A.B. (2000) Skazitel [The Singer of Tales]. Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts; London, England, 307 pp.
- Lord A.B. (1995) Poyasneniya k skazitelyu [The singer resumes the tale]. Ed. Mary Louise Lord. Cornell University Press: Itaca and London, 258 pp.
10. Lord A.B. (1956) Guslar Avdo Mededović [Avdo Mededović Guslar]. Slavic Folklore. Symposium, vol. 6., Bibliographic and special series. The American Folklore Society. Ed. Albert Bates Lord. Philadelphia. William Bird Press, Inc.: Richmond, Virginia, 122-132 pp.
- Lord A.B. (1989) Vvedenie [Preface]. Elias Lonnrot. Kalevala. Sovm. Keith Bosley. Oxford University Press: Oxford, New York. P.VI-X
- Lord. Ed. John Miles Foley. (1981) Russkie narodnye pesni [Russian folk tales]. Inc. 461 p.
- Selected and edited by Albert B. Lord. Printed for members of the limited editions club: New York. 1970, 196 p.
- Najip, E.N. (1989) Poehma "Gulistan-bit tyurki" S. Saraj-I [Poems "Gulista bit-Turky" of S.Saraj- i]. In the book.: Studies on the history of Turkic languages the XI-XIV centuries, Moscow: Nauka: Home edition Oriental literature, 283 p.
- Negimov S. (1980) Kazahskij narodnyj stih [Kazakh folk verse]. Objective RM. Almaty, Gylym baspasy, 136 pp.
- Foley J. M. (1986) Vladyka dvuh mirov: ustnaya i pis'mennaya poehziya kak hranitel'nica drevnih cennostej [Lord of the two worlds: oral and written poetry as carriers of the ancient values]. Oral tradition in literature: interpretation in context. University of Missouri Press: Columbia, 19-65 pp.
- Lord A.B. (1956) Al'bert Lord i ego ephosovedcheskie trudy [The William Bird Press]. Inc.: Richmond, Virginia 1, 132 p.
- Lord A.B. (1956) Simpozium po slavyanskemu fol'kloru [Symposium of Slavic folklore. Vol. 6. Bibliographic Special Series. The American Folklore Society. Philadelphia. Ed. Albert Bates. 461 pp.
- Tursunov E.D. (1999) Proiskhozhdenie baksy, akynov, seri i zhyrau [Origins of bucks, akyns, seris and zhyraus]. Astana: Foliант, 267 p.
- Chadwick K.M., Chadwick M.K. (1940) Stanovlenie literature [The Growth of literature]. Vol. I-III, London.

2-бөлім
АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

Раздел 2
МИР ИНФОРМАЦИИ

Section 2
WORLD OF INFORMATION

IRSTI 19.21.11

¹Shyngyssova N.T., ²Skripnikova A.I.

¹Doctor of Philological science, the head of the Department of UNESCO, International Journalism and Media in Society,
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: nazgul.shyngyssova@gmail.com

²PhD, senior lecturer of the Department of UNESCO, International Journalism and Media in Society,
al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: sai.kz@mail.ru

POLYLINGUAL PERIODICALS OF KAZAKHSTAN

The current research is devoted to the description and classification of all existing polylingual periodicals (printed media) of Kazakhstan. The term polylingual mass media entails newspapers, magazines, radio and TV-channels, which disseminate information at a time in two or more languages concurrently. However, electronic media are not deliberately considered as part of this research, as there are many modern technical possibilities for choosing the language of information displaying/ broadcasting in regard to TV channels and websites. Therefore, we will speak just about printed polylingual mass media.

According to the statistical data, the polylingual newspapers and magazines comprise 31.5% of all Kazakhstani mass media resources. The majority of them are bilingual. None of those bilingual periodicals completely twins the identical text in two languages regardless of similar information preferences of the Kazakhstani society. There are only two magazines publishing materials in Kazakh, Russian and English languages at once amidst trilingual mass media.

The central methodology encompasses the content analysis, mathematical calculation and quantitative analysis. Through applying the content analysis, we have to confirm or reject the given hypothesis that polylingual publications are diverse in their content.

In fact, the bulk of polylingual mass media are the Limited liability companies (Limited partnership or property of an individual entrepreneur). Officially, they are not controlled by the state; however, their activities are incentivized within support of the state program called "Trinity of Languages". The extracted data allow us to claim that the Kazakhstani mass-media resources completely answers to the socio-political aims of the state and just partially meets the requirements of the wider society.

Key words: Kazakhstan; multilingualism; mass media; double-language media.

¹Шыңғысова Н.Т., ²Скрипникова А.И.

¹Ф.Ф.Д., проф., ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа каф. менгерушісі,
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы к.
e-mail: nazgul.shyngyssova@gmail.com

²PhD, ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және медиа қоғамда каф. аға оқыт.,
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы к., e-mail: sai.kz@mail.ru

Қазақстандағы көптілді мерзімді баспасөз

Бұл зерттеу Қазақстандағы барлық көп тілді мерзімді баспасөзді жан-жақты сипаттап, жіктеге арналған. «Көп тілді бүқаралық ақпарат құралдары» үғымына бір мезетте екі немесе одан да көп тілде ақпарат тарататын газеттер, журналдар, радио және телернадар жатады. Мақалада электронды БАҚ, қарастырылмайды. Себебі телернадар мен веб-сайттарда ақпаратты тарату/корсету тілін тандауда арналған заманауи техникалық әдістер көп. Мақалада көп тілді мерзімді БАҚ материалдары сарапталады.

Статистика бойынша көп тілді газеттер және журналдар барлық қазақстандық медиаресурстардың 31,5 пайзызын құрайды; олардың басым бөлігі қос тілді болып табылады. Қос тілді медианың ешқайсысы екі тілде бірдей материал жариялады. Қазақстанда үш тілде (қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде) екі журнал ғана шығарылады.

Зерттеудің түйінді әдістемесі контент-талау мен сандық талдауға негізделген. Контент-талауды қолдана отырып, біз көптілді медиа материалдар өзінің мазмұны бойынша бірдей емес деген гипотезаны қуаттап немесе теріске шығаруымыз қажет.

Дерекке сүйенсек, көп тілді БАҚ-тың басым бөлігін жаупкершілігі шектеулі компаниялар (ЖШС немесе жеке кәсіпкерлік) шығарады. Олар ресми түрде мемлекеттен бақыланбайды, алайда қызметі «Үш тұғырлы тіл» мемлекеттік бағдарламасының асында реттеледі.

Біздің зерттеу нәтижесі қазақстандық БАҚ-тар мемлекеттің қоғамдық-саяси мақсатына то-лық жауп беретіндігін, ал кең қоғамдық талаптарға көп жағдайда сәйкес келе бермейтіндігін көрсетеді.

Түйін сөздер: Қазақстан, көптілділік, БАҚ, қос тілді медиа.

¹Шынгысова Н.Т., ²Скрипникова А.И.

¹д.ф.н., проф., зав. каф. ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: nazgul.shyngyssova@gmail.com

²PhD, ст. преп. каф. ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: sai.kz@mail.ru

Полиязычная периодика Казахстана

Данное исследование посвящено детальному описанию и классификации всей существующей полиязычной периодики Казахстана. Термин «полиязычные средства массовой информации» подразумевает газеты, журналы, радио и телеканалы, которые одновременно распространяют информацию на двух и более языках. Электронные СМИ в рамках статьи нами намеренно не рассматриваются, так как существует множество современных технических способов для выбора языка вещания/отображения информации на телеканалах и веб-сайтах. В качестве материала анализируются данные исключительно из печатных полиязычных СМИ.

Согласно статистике, полиязычные газеты и журналы составляют 31,5% всех казахстанских медиаресурсов; большинство из них являются двуязычными. Ни одно из двуязычных медиа не публикует идентичный текст на двух языках, несмотря на аналогичные информационные предпочтения казахстанского общества. Одновременно на трех языках (казахском, русском и английском языках) в РК издаются только два журнала.

Ключевая методология исследования построена на контент-анализе и количественном анализе. Используя контент-анализ, мы должны подтвердить или опровергнуть выдвигаемую гипотезу о том, что полиязычные медиаматериалы не являются идентичными по своему содержанию.

Фактически, большинство полиязычных СМИ представляют собой компании с ограниченной ответственностью (ТОО или ИП). Официально они не контролируются государством; однако их деятельность стимулируется в рамках государственной программы «Триединство языков».

Полученные нами результаты позволяют утверждать, что казахстанские СМИ полностью отвечают общественно-политическим целям государства и лишь частично отвечают требованиям широкого общества.

Ключевые слова: Казахстан, полиязычие, СМИ, двуязычные медиа.

Introduction

According to the last nation-wide population census, the population of Kazakhstan is 16 009 597 people (Smailov 2010: 5). According to the Constitution (the basic law), the Kazakh is state language and the Russian possesses the status of the official language across the territory of Kazakhstan. Thus, legislatively the bilingualism is enshrined in the country. Meanwhile, English is widely taught at schools and at higher education institutions. It is the language of international interaction and business.

The state program called “Trinity of languages” initiated by the President of the Kazakhstan is urged to stimulate a multilingualism. In that regard, President stated that: “Kazakhstan needs position

itself to the outside world as the highly educated country whose population speak three languages. They are: the Kazakh - state language, Russian – the language of inter-ethnic communication and English - the language of successful integration into the global economy” (Nazarbayev 2007).

According to the statistical data, Kazakh language is easily understood by the 74% of the population; 64,8% out of them are able to read and 62% - can write; in regard to Russian: 94.4% understand oral speech; 88.2% out of them can read while 84.8% can write; 15.4% of Kazakhstani's understand oral speech in English; 10.2% can read, while 7.7% can easily write (Smailov 2010: 242).

About 98 percent of the population of Kazakhstan reportedly is literate (www.pressreference.com).

The existence of polylingual mass media in Kazakhstan is partly explained by the above-mentioned figures. The term polylingual mass media here entails newspapers, magazines, radio and TV-channels, which disseminate information at a time in two or more languages concurrently. However, electronic media are not deliberately considered as part of this research, as there are many modern technical possibilities for choosing the language of information displaying/broadcasting in regard to TV channels and websites. Therefore, we will speak just about printed polylingual mass media.

We have already mentioned Kazakh-Russian media, but in the country, there are some other newspapers and magazines. The paper versions of some magazines ("Neighbors", for example) dedicate special columns to the materials in Kazakh and in Chinese (published in the areas close to the border with China) and in Russian and in English (published in Astana and Almaty, the capital and the cultural, economic center of the Republic respectively). Additionally, it is worth to mention religious magazines ("Iman") published in Kazakh and in Arabic. Here we regard that due to their large number, bilingual mass media are considered in the "polylingual" category, and are examined as its full-fledged component.

The book titled "*Information Market of Kazakhstan*" states that "unfortunately, there is no any reliable statistical data concerning the total number of the Kazakhstani mass media while inconsistent data appear in different sources. If to believe press release of the Ministry of Culture of Kazakhstan, there are 486 newspapers, 32 magazines, 52 TV and radio complexes, 111 TV-channels, 42 radio stations and 22 agencies among the republican mass media which distribute information in the Kazakh and Russian languages at the same time (polylingual)" (Kembayev et al. 2001: 57). However, the separate research devoted to the polylingual mass media of Kazakhstan hasn't been done before.

In the meanwhile, similar data is provided in the report of the National commission of UNESCO: "Out of 1292 publications issued in the Kazakhstan, 218 are published in the Kazakh language, 540 - in Russian, 407 - bilingual and 127 are printed in other languages of the people of Kazakhstan" (www.natcom.unesco.kz). In fact, the representatives more than 120 ethnic nationalities reside in the country.

In the digital space the website "ABXYZ" provides the names of all existing Kazakhstan newspapers and news media - national and foreign

(www.abyznewslinks.com). In the international level the "Allyoucanread" site gives the list of top 30 Kazakhstan newspapers and news media (www.allyoucanread.com). The incomplete list, it is not clear by what criteria it is presented, is on the website "World-newspapers" (www.world-newspapers.com). In the "Revolvy" there is also incomplete list of our newspapers with indicating the language of publication (www.revolvy.com).

The book titled "*Modern Kazakhstan: public opinion*" published by the Kazakhstan Institute of strategic researches in 2011, studies the causes of the language discomfort where authors argue that: "The every second interrogated representative of the Russian ethnic group (53.4%), every third "European" and "Asian" (30.7 and 29.6%) and every fourth representative of title nationality (25%) are concerned by development of the situation with languages" (Sultanov 2011: 112). Thus, the matter is actual.

The object of this study is all officially registered polylingual printed media of the Republic of Kazakhstan. The subject of the study will be the quantitative and qualitative correlation of materials in the output languages in a particular media.

The goal of the research is to provide description of all existing printed polylingual media of Kazakhstan while digging into their detailed classification, the characteristics, and deriving the ratio of publications to the number of the citizens who speak that particular language.

To achieve this goal, it is necessary to solve the following tasks: 1) to analyze existing research on topics; 2) collect information on all the polylingual periodicals; 3) calculate the quantitative ratio of materials in the output languages in one issue of each media; 4) collect statistical data; 5) submit the information received in the form of a table; 6) analyze the collected material; 7) on the basis of the final data, confirm or refute the hypothesis put forward.

Material and methods

The purpose of the research is to provide description of all existing printed polylingual media of Kazakhstan while digging into their detailed classification, the characteristics, and deriving the ratio of publications to the number of the citizens who speak particular language. The central methodology encompasses the content analysis, mathematical calculation and quantitative analysis. Through applying the content analysis, we have to confirm or reject the given hypothesis that polylingual publications are diverse in their content.

The present article attempts to assess the role of the polylingual mass media within the language policy of the state.

Material of the research is qualitative and quantitative data from modern polylingual Kazakhstani media.

Literature review

This section is appropriate to begin with a review of the most closely related works to our subject. In one of the chapter of the book "Kazakhstan" Brummell P. explores Kazakhstani media and communications. He writes about newspapers, which are published in English, Kazakh and Russian (Brummell 2011).

The book "Thematising Multilingualism in the Media" also will be one of the first. The volume analyses the complex relations between multilingualism and the media: how the media manage multilingualism; how multilingualism is presented and used as media content; and how the media are discursive sites where debates about multilingualism and other language-related issues unfold (Kelly-Holmes & Tommaso 2013). Also Giles H. and Pierson H. D. dedicate their research to multiculturalism and mass media (Giles & Pierson 1990).

Also Orban L. explores, how the media can help shape people's attitudes to other languages and cultures, and how the media can help in developing teaching material and successful natural learning. The researcher is exploring the potential of the media for motivating people to learn languages, for facilitating language learning and for promoting intercultural dialogue (Orban 2007).

PhD dissertation by Gruber K.E. examines media and language practices in order to illuminate the everyday sociocultural processes by which the value of knowledge is figured. It focuses on news media institutions in the Buryat territories, a multilingual region with multilingual news media (Gruber 2012).

The focus of another related work is on the relation between media, identity and language (Moring et.al 2011).

The researcher Androutsopoulos J. writes that, sorts of bilingual media messages look back to an even longer tradition, such as multilingual advertising and the use of English in the fringe media of youth subcultures, which termed 'bilingualism as a style resource'. Language mixing is no doubt part of the symbolic capital that lifestyle magazines sell to their audiences (Androutsopoulos 2007: 207).

McClean G. gives important forecasts for us, that there is now, however, a need to rethink the ways that multilingual services address their

audiences and find new approaches to program for them as sophisticated media users. The community rights model has already provided an important intervention in media policy to fund and support multilingual services (McClean 2012).

The research of Tollefson J.M. is dedicated to the question how do mass media shape the policies that are adopted in multilingual contexts (Tollefson: 2015).

Also, we can include in the literature review the book named "Media in Multilingual Societies: Freedom and Responsibility". It is collection of country reports by independent experts investigating the current working environment for the media in five multilingual countries: the former Yugoslav Republic of Macedonia, Luxembourg, Moldova, Serbia and Montenegro, and Switzerland (OSCE 2003).

All of the abovementioned works have only an indirect relationship to our research. Directly similar articles or another scientific research work have not been recorded, neither in Kazakhstan nor abroad. As a result – a small volume of literary review.

This once again emphasizes the relevance and scientific novelty of this paper.

Results

We consider in details paper mass media, excluding scientific-methodical and highly specialized ones. At the same time, publications which irregularly issue information in two languages, are also out of our analysis. The results are:

Newspapers

7 bilingual newspapers are published in Kazakhstan. Kazakh language prevails in 4 out of 7, Russian dominates in 2 of them; and only "*DAT Public position*" publishes information in equal shares in the Russian and Kazakh languages.

"*DAT*", the political newspaper, has the biggest circulation that has the weekly edition of 30050 copies. While "*Ecological Courier INT*", the republican ecological newspaper, has the lowest circulation of 3000 copies.

Kazakhstani monolingual newspapers have larger popularity amidst readers. For instance, the circulation of the weekly Russian-language newspaper "*Karavan*" is - 200000 copies, and the circulation of the "*Egemen Kazakhstan*" published in Kazakh language is - 160000.

The only state-owned newspaper is "*Sarbaz*", the military newspaper; the majority of polylingual mass media are registered as Limited Liability Company, while one newspaper belongs to private

individual entrepreneur; and the other – as property of private institution.

Five media are issued in weekly basis. “Eco-courier” is published two times per month, whereas frequency of “Islam and orkeniet” isn’t specified.

“Railroader of Kazakhstan” is the oldest among existing bilingual newspapers being published since May, 1931. The appearance of “Freedom of speech” in 2005 expanded the number of existing bilingual newspapers.

The bilingual newspapers are published only in two cities of Kazakhstan: Almaty (4 newspapers) and Astana (3 newspapers). The “Ecological Bulletin” which was fully corresponded to the “Ecological Courier” has been published until 2013. It was printed in the north of the country, in the city of Kokshetau. In addition, three more periodicals (“Reader’s Friend”, “Truth of Kazakhstan” and “Kazakhstan”), are out of market. The newspaper called “Truth of Kazakhstan” which was closed by the court decision continues to appear in the electronic version: materials on its Internet site are regularly updated.

Magazines

The situation with polylingual magazines in Kazakhstan is quite different. In overall, there are 21 magazines out there. The majority of them (19) are bilingual. 14 magazines publish information in the Kazakh and Russian languages. Two magazines (“Nomad Kazakhstan” and “The Kazakhstan international business magazine”) are in Russian and English. The other two magazines (“Teacher.kz” and “Legal reform in Kazakhstan”) disseminate information in three languages at the same time: Kazakh, Russian and English. The religiously-informative magazine “Iman” which is issued in Kazakh and Arab under the patronage of Religious management of Muslims of the Republic of Kazakhstan together with “Iman-senim” LLP, is has special place among the bilingual mass media. Till 2011, there was the glossy magazine called “Neighbor” in the cities of Almaty and Urumqi (China), publishing information in the Kazakh and Chinese languages.

Almaty is in the leading position regarding the publication of the bilingual magazines as 15 magazines are published in the city, while 6 magazines are published in Astana. The dispersion by quantity of the let-out copies is the broadest here. The magazines with limited editions (500 copies) are “Legal reform in Kazakhstan” and “The

Market”. The “Police.kz” magazine – possesses the highest ratings reaching 19282 copies (extends by a subscription). Its slogan: “The favourite magazine of each Kazakhstani police officer!”

The majority of polylingual magazines are issued with frequency of once in two months (7). 11 magazines belong to Limited Liability Partnerships. In comparison with polylingual newspapers, more periodicals belong to other types of property. Magazines published by: Republican Foundation “Iman” (1), Ministry of Internal Affairs (1), Kaz-air-project are of Joint-Stock Company types (1); at the same time, financing of magazines by National Committee of Border Safety (1) and Ministry of Defence (1), are based on public funds and individual entrepreneurs.

We can observe interesting tendency among the bilingual magazines in usage of the top-level domain of Kazakhstan – “kz” in their names: “Police.kz”, “Aviation.kz”, “Accountant.kz”, “Teacher.kz” and “Ak Zhayik.kz”.

It should be noted, that among the polylingual magazines, unlike newspapers, there are nominees and owners of various awards. For example, the Russian-English glossy magazine –“Kazakhstan” won the nomination “the Domestic Business Magazine number one” at a ceremony “The choice of the year – 2013”. The republican Russian-Kazakh magazine “Friendship”, the main publication of Assembly, was named as the best thematic magazine of the country in 2006; the magazine is also the holder of the most prestigious national award in journalism - the “Golden Star”.

The researcher Turlybekova A.A., states that traditional mass media underwent the strongest changes in connection with technological innovations for the last 20 years (Turlybekova 2011: 59). It is difficult to disagree with this statement especially as only one newspaper (“Sarbaz”) has no its own official website on the Internet though extensive information on it is provided on the website of the publishing house.

Research findings on various other sites of media discourse strengthen the impression that linguistic diversity is gaining an unprecedented visibility in the mediascapes (Androutsopoulos 2007: 207).

Therefore, we can note that magazines prevail among polylingual mass media in Kazakhstan. It’s normally to see the copies of bilingual magazines in the shops. Customers can identify them by covers (Picture 1).

The cover of the “Agrarian world” bilingual journal.



From the total number of publications, the polylingual media make 31.5%. The percentage indicators among the population exceed their number.

Thematically, the polylingual mass media are diverse entailing entertaining, religious, literary and art, educational, specialized and political ones.

Discussion.

The Kazakhstani mass media in the near future will remain as a key development tool of the civil society, formation of new political culture of Kazakhstani citizens, social set up, etc. (Nysanbayev et al. 2010: 4). At least, it is necessary to state that social set up of knowledge in several languages is successfully broadcasted through polylingual newspapers and magazines.

According to Bulukhayev Y.O., the government accepts the polylingual mass media as huge instrument in directing public opinion for the smooth perception of its future decisions (Bulukhayev 2003: 166). Thus, the state program called “Trinity of languages” which incentivizes each Kazakhstani citizen to be able to speak three languages (Kazakh, Russian and English) is widely propagated by the polylingual magazines.

We must highlight the fact that among the bilingual newspapers, there is no one which completely twins the identical text in two languages. Hereby the obvious deficiency in the sphere of language policy is traced.

The language policy is important for all ethnic groups occupying the country. So, for example, respondents mainly indicate the language policy (42.7%) among the factors that able to provoke emergence of inter-ethnic intensity (Sultanov 2011: 111).

The monograph published by the Institute of philosophy and political science states that “mass media can carry out as the integrative, consolidating factor and at the same time, possessing separating feature too bearing in itself a destructive force” (Nysanbayev et al. 2010: 124).

The media field researchers articulate that it can lead to serious problems in the future: “The mass media publishing in two main languages of the country don’t interact and cooperate with each other, except in those publishing houses which own the newspapers or magazines in the Kazakh and Russian languages at the same time. But even in those publications, cooperation between Russian and Kazakh journalists are of minimum level. The content of publications delivers inconsistent information to the readers and instigates the increasing misunderstanding amidst language groups” (Abramov 2009: 7). The subjects covered in analytical materials in one language don’t appear in the same periodicals in other language, in spite of the fact that information interests of the society are similar (whether it be climate change or change of the legislation). Also controversial conclusions about this made Wong R. in his early research. The effective multiplication of mass media and their deployment have enhanced the value of communication. In the new perspective, multilingualism is seen as a barrier to communication (Wong 1969).

The analysts claim that there will be only strong players who will be able to hold the readers and the advertisers in the near future in the media market there due to use of new interesting approaches and forms of information’s submission (Abramov 2009: 28). The publication of texts in several languages in print media is one of the newest forms of submission, which was found in competitive fight for the readers, the advertisers and the state subsidies.

As Kazakh Vice Minister of Information and Communications Mauberlinova N said, the newspaper has not only been able to adapt to the new reality, but also has great opportunities for the development of the media industry (www.astanatimes.com).

The quantity of polylingual mass media in the Republic considerably decreased in the recent years. The fierce competition increased that has eventually led to the improvement of the quality of materials.

Conclusion

Summary notes:

- (1) Officially, the majority of the polylingual mass media are not regulated by the state.
- (2) In the recent times, we have seen the decline in their total number.
- (3) Polylingual mass media publish information in different languages in disproportionate quantity.
- (4) Polylingual mass media of Kazakhstan have low circulations, they are not in significant demand among consumers of information.
- (5) Kazakhstani mass media fully fits to the socio-political aims of the state and just partially meets the requirements of the wider society.

This investigation thoroughly proves the hypothesis that the modern Kazakhstani polylingual newspapers and magazines are differentiated in their content.

The outcomes of the present investigation can be used for the further actions and development practices of the mass media types, as the bulk of the previous papers frequently take into account only monolingual mass media.

Indeed, the polylingual mass media generate the so-called “social comfort”, easing the arising language problems. However, at the moment, printed publications carry out mainly recreational function (the news function is done predominantly by the websites), and “switching” from one language to another demands psychological efforts.

The goal has been achieved, the tasks have been accomplished.

The study has time constraints. The media considered within the framework may disappear (taking into account the period of publication’s preparation), new ones may appear and be registered.

The investigation has interdisciplinary character as the tools of journalism, sociology and politics have greatly contributed to its conduction. In the near future, it will be possible to broaden the current study covering the other CIS (Commonwealth of Independent States) countries, where the situation with mass media resembles the situation of polylingual periodicals of Kazakhstan. Combining those outcomes could give a broad idea of the present situation of polylingual mass media in the whole Eurasian region.

References

- Abramov V. (2009). СМИ Казахстана: ключевые игроки, возможности, условия и риски. [Mass media of Kazakhstan: key players, opportunities, requirements and risks]. Almaty: MediaNet.
- Androutsopoulos J. (2007). Bilingualism in the Mass Media and on the Internet. Bilingualism: A Social Approach 1, pp. 207-230.
- Brummel P. (2011). Kazakhstan. Bradt.
- Buluktayev Yu. O. (2003). Foreign policy factors and interethnic interactions: a position of mass media. In the Proceedings of the Conference “Role of mass media in the development of interethnic harmony in Kazakhstan”, Almaty.
- Giles H. and Pierson H. D. (1990) Multilingual matters. Journal of Asian Pacific Communication 1.
- Graber, K. E. (2012). Knowledge and authority in shift: a linguistic ethnography of multilingual news media in the buryat territories of Russia. PhD dissertation. University of Michigan, Horace H. Rackham School of Graduate Studies.
- Kelly-Holmes H., Tommaso M.M. (2013). Thematizing Multilingualism in the Media. 151 p.
- Kembayev B. A., Smirnova N. G., Sadvakasov S. (2001). Information market of Kazakhstan: Analytical review. Almaty: Kazgospinti.
- McClean G. (2012). SBS’s multilingual dilemma: global media, “community languages” and cultural citizenship. Global Media Journal - Australian Edition 6 (1).
- Nysanbayev A. N., Dunayev V. Yu., Kosichenko A. G., Kurgan V. D. (2010). Роль СМИ в консолидации современного казахстанского общества. [The role of mass media in consolidation of modern Kazakhstan society]. Almaty: Institute of philosophy and political science.
- Orban L. (2007). Mass-Media – a driving force for multilingualism. Retrieved from http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-07-567_en.pdf.
- Smailov A. A. (2010). National structure, religion and language skills in the Republic of Kazakhstan: Results of National population census of 2009 in the Republic of Kazakhstan. The statistical collection. Astana.
- Sultanov B. K. (2011). Современный Казахстан: общественное мнение. [Modern Kazakhstan: public opinion]. Almaty: KISI.
- Tollefson J.W. (2015). Language policy-making in multilingual education: mass media and the framing of medium of instruction. Language planning 16 (1-2).
- Turlybekova A. A. (2011). Mass media of Kazakhstan: features of development of journalism in the 21st century. In the Proceedings of the Conference devoted to the 20 anniversary of independence of Kazakhstan “From statehood sources to the world community”, Almaty, 59-61.

- Wong R.(1969). The problems of education in a multilingual society. In the Proceedings of the Conference of Inspectors of Schools in the Far Eastern and Pacific Areas of the Commonwealth, Singapore, 5-15.
- Kazakhstan press (2018). Retrieved from <http://www.pressreference.com/Gu-Ku/Kazakhstan.html>.
- OSCE. Media in Multilingual Societies: Freedom and Responsibility. (2003). Retrieved from <https://www.osce.org/rom/fom/13876>.
- UNESCO. (2002). The results of the research. The national commission of PK for UNESCO. Retrieved from http://www.nat-com.unesco.kz/rus/about/about_kz.html.
- The state program of the Republic of Kazakhstan Trinity of languages. (2007). Retrieved from <http://www.gazeta.kz/themes/?id=808>.
- Kazakhstan newspapers and news media (2018). Retrieved from <http://www.abyznewslinks.com/kazak.htm>.
- Top 30 Kazakhstan newspapers and news media (2018). Retrieved from <https://www.allyoucanread.com/kazakhstan-newspapers/>.
- Kazakhstan newspapers and news sites (2018). Retrieved from <http://www.world-newspapers.com/kazakhstan.html>.
- List of newspapers in Kazakhstan (2018). Retrieved from <https://www.revolvy.com/page/List-of-newspapers-in-Kazakhstan>.
- New trends in global media reflected in Kazakh media development (2018). Retrieved from <https://astanatimes.com/2018/07/new-trends-in-global-media-reflected-in-kazakh-media-development/>

IRSTI 19.01.

Myssayeva K.

Candidate of Philological Science, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty,
e-mail: myssayeva.kn@gmail.com

KAZAKHSTAN'S TV IMPACT ON POLITICAL NEWS

This study examines Kazakhstan's TV impact on political news. Television plays a significant role as a public watchdog, with greater success than other media in disseminating a range of perspectives, information, and commentary in Kazakhstan. The analysis examines whether televised political news and information leads to support for democracy and increases public interest in the democratization process. The study discusses the utility and implications of the role of television in democratization.

Key words: Kazakhstan, TV impact, political news use, democratization process.

Мысаева К.

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

Қазақстан телевидениесінің саяси жаңалықтарды таратудағы ықпалы

Бұл зерттеу қазақстандық телевидениенің саяси жаңалықтарды таратудағы ықпалын қарастырады. Қазақстанда теледидалар бұқаралық ақпарат құралдарының басқа түрлеріне қарағанда қоғамдық пікір қалыптастыруға ерекше ықпал етеді. Автор телевидениедегі саяси жаңалықтардың қоғамды демократияландыру үдерісі мен қоғамдық пікірдің қалыптасуына ықпалын талдайды. Зерттеуде демократиялық қоғамды қалыптастырудың телевидениенің рөлі мен ықпалы нақты мысалдар негізінде айқындалады.

Түйін сөздер: Қазақстан, телевидение ықпалы, саяси жаңалықтар, демократияландыру үдерісі.

Мысаева К.

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

Влияние телевидения Казахстана на политические новости

В этом исследовании рассматривается влияние телевидения Казахстана на использование политических новостей. В Казахстане телевидение играет значительную роль общественного наблюдателя с большим успехом, чем другие формы СМИ. Автор анализирует, способствуют ли телевизионные политические новости поддержке демократии, повышают ли, в этой связи, общественный интерес к процессу демократизации. В исследовании обсуждается полезность и значение роли телевидения в формировании демократического общества.

Ключевые слова: Казахстан, влияние телевидения, политические новости, процесс демократизации.

Introduction

This study examines the relationship between the use of political news on television and support for democracy since the independence of Kazakhstan in 1991. It also analyzes whether the political news and information on television in Kazakhstan leads to support for democracy and increased public interest in the democratization process. In terms of a ‘transition to democracy’, the dissolution of the Soviet Union was a major component of a wider global shift towards democracy at the end of the twentieth century, and this includes an independent Kazakhstan. This political transition has had tremendous impact on the country’s media. Since transition from the Soviet system, individuals’ constitutional rights and freedoms have been only gradually established, and there is still insufficient check on abuse of authority; therefore, the media can play a critical role. (Katsiev, 1999, p 123)). In Kazakhstan, the methods used are less tyrannical than those of the Soviets, but government control over the flow of information is strict and ownership is restricted. Most media including TV, radio stations, and newspapers are owned or controlled by members of the president’s family (Wolters, 2011). However, private independent media has emerged and is a source of tension. According to the Europe and Eurasia Media Sustainability Index, mass media is the epicenter of social and political turbulence in Kazakhstan. (IREX Index, 2013). Several scholars argue that television is the most prevalent form of media in Kazakhstan, as well as the most trusted (Junisbai et. al. 2015; Nikolayenko, 2011; Laruelle, 2015).

According to Shafer (2011), in Central Asian countries such as Kazakhstan, democratic journalism has become synonymous with Western-style journalism and is viewed as dedicated to extending democracy and free market economics worldwide. However, Junisbai (2011) argues that elites use the media as weapons in their political struggles, which applies to Kazakhstan as its media and democratic processes develop. The expectation of citizens about democratic power in Kazakhstan is best described by McNair (2000): ‘Citizens in democracies expect access to their choice of print and broadcast media – and in these times, online and other forms of new media – for accurate and objective political information’ (p. 41). In Central Asia’s mass media environment, at least for the near future, Soviet-style state-controlled media permeated with pro-regime propaganda continues to define media use (Freedman, 2011. p.). Because of that, Kazakhstan’s, ‘print and electronic media

are desirable not necessarily because of their profitability, but because of their potential as instruments for influencing public opinion and attacking rival elites in a legitimate and seemingly neutral form’ (Freedman, 2011. p.).

Starr (1999) points out: ‘By the late 1990s tens of millions of dollars, pounds, marks, and francs had been spent on the development of “civil society” in Central Asia’ (p. 29). That investment is part of what scholars argue is the hope of Western democracies, non-governmental organizations (NGOs), and human rights groups for democratic mass media systems to be stabilizing, modernizing, and nation-building tools. However, there remain significant obstacles to the development of functional and effective press systems able to maintain economic and political autonomy (Shaffer, 2016; Freedman, 2016).

Television journalists’ primary goals have been the promotion of democratic journalism as a foundation of civil society, advocacy of press freedom and journalists’ rights, and advancement of independent, sustainable media outlets in an environment hostile to those principles (Laruelle, 2015). The assumption here is that television -- as the most powerful medium in most of Central Asia -- should sensitize and accelerate the democratic process among the voting public. Katsiev (1999) said that ‘another feature of the broadcasting scene in Central Asia since independence has been the continued access to television originating in Russia.. Since Kazakhstan has a higher percentage of ethnically Russian and Russian-speaking citizens compared with other Central Asian countries, the “Russian legacy” has been partly responsible for the more rapid development of the electronic media there [in Kazakhstan] than in the other Central Asian countries’ (p. 123). He also pointed out that at the same time local authorities wish to take advantage of Russian broadcasting, the national government and relatively broad segments of society have reacted negatively to the content of Russian programming. “The political commentary on the Russian channels may be unacceptable” (Katsiev, 1999, p. 123). As Jacobowicz (2007) says, media changes in the post-Soviet Union countries are ‘a consequence of the processes of liberalization and democratization on the one hand and commercialization on the other’.

Empirical research into media impacts on political challenges and democratic support is largely confined to Western democracies because of media accessibility and practitioners’ ability to view the media from the perspective of ordinary citizens. (Junisbai, 2011, p. 35). Normative theory has

been used to assess journalism as a profession and describe the role of the media in democratic societies (Christians et al., 2009). This type of theory focuses on values and objectives rather than detailing specific processes of influence (Stromback, 2005). In the broader context of political communication, normative theory also has been used to better understand deliberation (Habermas, 1996) and more general day-to-day activities of citizenship (Meijer, 2001).

The analysis is based on the Baltic Surveys/The Gallup Organization research conducted on behalf of the International Republican Institute. Field work was carried out by the Institute for Comparative Social Research- Kazakhstan. The national representative survey was conducted from February 17-28, 2011. The eligibility criteria was based on age (18 years and older). A sample of 1,527 Kazakh participants were interviewed face-to-face in their homes. Kazakhstanis were asked about their political views, media choice for political news, their opinion about impact of mass media, plus other variables related to support for democracy and political news use.

Political News Use

The main theoretical assumption of this research is that some individuals use television for exposure to political news and to engage their political interests as citizens and that this sensitivity to, and engagement with, the political process leads to supporting democracy. This argument is supported by Garnham (1992), Grossberg et al. (2006), Howley (2007), Poster (1997), and other scholars who discuss the role of media as an important discursive site for political information within the public sphere.

McQuail (1992) says this line of argument calls for measures to strengthen the media's independence from government, to ensure sufficient resources, and to provide access rights to information as a form of media accountability. The relationship between television news and support for democracy in Kazakhstan has not been empirically examined. While there is scholarly work detailing the relative strengths and weaknesses of Post-Soviet and post-communist media, the work does not specifically address Kazakhstan (Androunas, 1993; Benn, 1996; Brown, 1995; Foster, 1996; Sajo, 1995; Wilson, 1994).

In his comments about the broadcasting era in a broader world context, Uscinski (2017) found:

There was very little relationship between people's intended choices and the messaging they

encountered. Whatever change did occur usually took the form of people aligning their candidate preferences with their underlying party affiliation. External events and economic conditions mattered, of course, but they tended to make their impact regardless of messaging. This is not to say that news, advertisements, and campaigns have no effects. But those effects tend to be less direct and of lower magnitude than people assume (<http://reason.com/archives/2017/02/05/fake-news-freakout>).

Uscinski (2017) stated that issues considered important in the mass media lead to political awareness and interest, and 'they found ways to discount it or to interpret it in a manner that made it congruent with their pre-existing opinions. People hear what they want to hear' (<http://reason.com/archives/2017/02/05/fake-news-freakout>). According to data from the Europe & Eurasia Media Sustainability Index (IREX, 2016) Kazakhstan media does not reflect the whole spectrum of societal and political issues since they are managed by the government. The medialaw does not limit the ability of the government to create and own media resources. The majority of media, including the most popular television channel, offer multiple news sources to provide citizens with reliable, objective news. State media reflect the views of the political spectrum, are nonpartisan, and serve the public interest. The media provide news coverage and information about local, national, and international issues. Kazakhstan media produce their own programming content particularly in the news format. Television channels are the most independent in this regard, creating their own news and analysis programming (IREX, 2016). These attributes are key components to understanding the relationship among media use, political interest, and support for democracy particularly in Kazakhstan where television is the most prevalent form of media, as well as the most trusted (Junisbai et al., 2015; Nikolayenko, 2015; Laruelle, 2015).

The OSCE/ODIHR has observed elections in Kazakhstan since 1991. The OSCE/ODIHR Election Observation Mission for the 2011 early presidential election found that 'needed reforms for holding genuine democratic elections still have to materialize as this election revealed shortcomings similar to those in previous elections. While the election was technically well-administered, the absence of opposition candidates and of a vibrant political discourse resulted in a non-competitive environment' (<http://www.osce.org/odihr/elections/kazakhstan>). Independent TV channels, led by political commentators, journalists, and talkshow hosts, debated the issue and publicly supported

the opposition by calling on voters to support independent candidates or multiparty politics.

Television in Kazakhstan

As of 2015, there were 1,367 newspapers, 531 magazines, 260 online media outlets, 95 television stations, and 58 radio stations registered in Kazakhstan. The main source of political information is television, ahead of newspapers and radio. State-owned electronic media is operated by the Kazakhstan Radio and Television Corporation. Most media outlets are privately owned, but only a few are seen as independent and providing well-balanced and fair coverage of political developments. Critics from the media and NGO sectors indicate that media freedom is limited by a strong concentration of media ownership, with owners controlling the editorial policy of their outlets. Furthermore, legal provisions concerning the ‘honor and dignity’ of the President -- violation of which may lead to up to three years imprisonment -- reportedly contribute to an environment with generally limited freedom of expression in which journalists exercise self-censorship (<http://homepage.divms.uiowa.edu/~jones/voting/KazakhOSCE.pdf>).

As Shafer and Freedman (2009) point out: ‘The existence of freedom is essential for the dissemination of news, information, and varying viewpoints and perspectives on events and ... policy to the public. Predictability of the degree of freedom is important for human rights advocates as they shape strategies to soften or overcome governmental constraints...’ (p. 5).

The struggle for the freedom of press in Kazakhstan started as early as 1991 with the collapse of Soviet Union. When Kazakhstan gained independence, the departing Soviet rulers handed over the television and printing presses to Nazarbayev’s incoming government. The president had favorable coverage from the national television and radio because the media at that time were used to advocate for liberty, and the subsequent ‘transition’ to a ‘normal’ (i.e., democratic and capitalist) society. As Diamond (1992) noted, the transition to a normal society was based on expectations among prominent Western scholars and policymakers of the region’s eventual political and economic liberalization.

Freedman (2011) pointed out: ‘However, mass media research since 1991 has largely ignored the five former Soviet republics in Central Asia – Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, and Turkmenistan. And Uzbekistan – primarily due to the region’s perceived remoteness and because it was off limits to most Western scholars during the Soviet period’ (p. 7). Freedman says ‘... the

leaders of nascent regimes in Central Asia swiftly transformed the mass media from tools to build the Communist party to tools to build national identity and a sense of statehood’(p. 8). All media were state-owned until the late 1990s and were subject to censorship and direct political control immediately after independence. In this sense, Kazakhstan’s initial independence produced a relationship between media and government that retained some authoritarian principles; ‘A trusted, respected, and independent mass media system is a major indicator of a country’s development of democracy and civil society’(Freedman, 2009, p. 844). The emergence of press freedom started by the general secretary of the Communist Party of the Soviet Union, Mikhail Gorbachev, during “perestroika” was then accelerated in the years after independence. Newspapers were the first to develop an independent media. ‘In the beginning of the 1990s, new private newspapers appeared almost every day, inspired by the spirit of freedom and criticism displayed by the rapidly changing Russian press’ (Katsiev, 1999, p. 124). The first independent television stations were launched in 1990, and by the end of 1996 there were over fifty private TV stations. . These private TV stations were‘airing programs about issues of real concern to their audiences is a significant step away from standardized state programming’ (Katsiev, 1999, p. 125). These independent TV stations created public affairs programs, talk shows, and political news coverage. And, according to Katsiev (1999), these stations: – *KTK* in Almaty, *Efir* in Astana, *RIKA-TV* in Aktuybinsk were quite independent as they exposed human rights violations and launched investigative journalism (Katsiev, 1999). Junisbai points out: ‘Although the country’s image as a liberal polity during these early years was marred by retaliation against individual media outlets for including stories considered too critical of the government, a number of those working in television and radio recall the idealism of this period’. (Junisbai, 2011, p. 43). Junisbai’s case studies demonstrate that the independent TV channel *Tan* in Almaty and regional television stations like *Rika TV* in Aktobe and *Irbis* in Pavlodar,‘which before late 2001 had not aired opposition political views, suddenly became sharply critical. The stations began broadcasting programs calling for the acceleration of unrealized democratic reforms that the president had promised for a number of years’ (Junisbai, 2001, p. 45). The public affairs programs and special interviews generated popular debates between politicians and audience. From

a theoretical perspective, this indicated growing interest in political news, which could lead to public support for the democratization process.

Journalists investigated the dominance of financial-industrial groups in media, corruption, and abuse of power by government. However, the successes achieved by independent broadcasters by late 1996 led the authorities to take steps that are now radically changing the television market in Kazakhstan. The chief device, which someone in the government invented, is what came to be called the 'tender on radio and television frequencies'. (Katsiev, 1999). In the beginning of 1997, Nazarbayev announced the tender competition. The tender competition requires that private stations wishing to broadcast pay the state for a license since air frequencies were now considered a national resource from which the state should legitimately gain a profit (Katsiev, 1999). The tender competition was one of the tools to regulate broadcast frequencies, control broadcasting by a committee of the Council of Ministers of Kazakhstan, and control excess demand for frequencies. According to Katsiev, this competition was "merely to close down private broadcasting" (1999, p. 128).

The heavy-handed approach of government to strictly enforce these new requirements has persisted throughout the post-independence era. Katsiev (1999) found manipulation of the media by the committee of the Council of Ministers through their authority to decide who would receive a frequency. Junisbai (2011) argues that in 1997, compared with 1993, the cost of obtaining rights to electronic media became prohibitively expensive and the majority of television and radio companies lost their licenses (Freedman, 2011). In January 1997 when the first tender was held in Almaty, various public organizations such as Internews and the Human Rights Committee criticized the conditions of competition (Katsiev, 1999). Katsiev argues that by the end of 1998 there was another pressing political reason to 'winnow the existing private TV and radio stations and to ensure that only the loyal ones remain on the air' (Katsiev, 1999, p. 131). In October 1998, the parliament insisted that a president election should take place on January 10, 1999. The government realized how important the role of television is to ensure victory in an election. As Katsiev points out: 'Even given the support of state television, the president would have no guarantee of victory, if opposition candidates managed to turn in their favor the increasingly popular private television. As it happens, not only the state television network but also the only "private"

companies with broadcast rights throughout can now be expected to support President Nazarbayev's re-election campaign' (1999, p. 131).

Research Questions

One would expect the use of political information on television station to lead to support for democracy in Kazakhstan if there is any interest in politics, particularly since earlier case studies in several Central Asian countries have shown television's potential to mobilize the masses. However, recent political developments tell a different story, particularly in instances where the president mobilized the tender competition. Private stations wishing to broadcast paid the state for a license since air frequencies were now considered a national resource from which the government can profit. The legal and political environment raises questions about how the media and democratic principles operate, particularly for a recently established country with an authoritarian past. Does the use of political news lead to support for democracy within a restricted legal and political environment? To what extent does political interest account for the relationship between television news use and democratic support? Three research questions are asked to help us understand the relationship between media and politics.

RQ1: Is there a relationship between Kazakhstani voters' use of televised political news and their interest in politics?

RQ2: Do Kazakhstani voters who access political news on television show strong support for democracy?

RQ3: Do Kazakhstanis with higher levels of political interest have greater levels of support for democracy?

Media and Politics

Answers to these questions are found in reports and monitoring data produced during presidential elections. Report data shows how media was used in the election process. Cross tabulation and regression analysis using.... From this analysis, the relationship between Kazakhstan's media and democratic processes begins to emerge. A 2015 survey commissioned by the Eurasian Council on Foreign Affairs (ECFA) and conducted by UK market research agency Ipsos MORI found that nearly eight out of ten (79%) respondents agree with the statement that 'Kazakhstan is ready to hold the Presidential Election on 26th April 2015' and only 3% 'disagreed', with the remainder (9%) stating 'don't know'. A further 82% of respondents stated that they were 'certain' or 'very likely' to vote in that election

(<http://www.eurasiancouncilforeignaffairs.eu>). Considering the ongoing intimidation of journalists and suppression of information, the question arises as to whether important political campaigns and interactive discourse about current affairs aired on TV leads to significant support for democracy.

Since 1999, the Organization for Security and Co-operation in Europe Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE/ODIHR) and the Election Observation Mission (EOM) conducted qualitative and quantitative monitoring of national TV stations – state-owned and private television and newspapers, including two that are state-owned. The EOM analyzed the quantity of the time/space allocated to candidates and election officials, as well as the tone of their coverage in prime-time programs and print publications. (www.osce.org/documents/odihr/2005/12/17259_en.pdf).

On March 28, 2015, the OSCE/ODIHR EOM commenced quantitative and qualitative monitoring of seven television channels: *Kazakhstan TV* and *Khabar TV* (state-funded), *First Eurasian Channel* (mostly state-funded), *Astana TV*, *Channel 7*, *Channel 31*, and *KTK* (private); radio station *Kazakh Radio* (state-funded); three online media: www.nur.kz, www.tengrinews.kz, and www.zakon.kz; and five newspapers: *Egemen Kazakhstan*, and *Kazakhstanskaya Pravda* (state-funded), *Karavan*, *Vremya* and *Zhas Alash* (private). According to the monitoring results of broadcast media's coverage, candidates were given nominally equal coverage, but the incumbent was also extensively covered in his official capacity, thus contributing to an uneven playing field. Altogether, the coverage of the incumbent was approximately twice that of other candidates. State-funded *Kazakhstan TV* and *Khabar TV* dedicated a comparable portion of political prime time news coverage to all three candidates, with 20% and 18% to Turgun Syzdykov, 19% and 18% to Abelgazi Kusainov and 15% and 14% to Nazarbayev. However, the coverage differed in its tone; for Nazarbayev it was overwhelmingly positive, regularly featuring expressions of support from citizens, while the tone was mostly neutral for the other two candidates. In addition, both channels usually started their prime time news programs with reports about Nazarbayev in his official capacity, devoting an additional 26% and 31% of political news coverage to him in positive and neutral tones. Most monitored television channels, as well as two official state-funded newspapers, had a similar pattern in their election coverage with information on the incumbent's official activities visibly prevailing (most notably on *First Eurasian Channel* with 37%).

In addition, the CEC interpreted the Election Law in such a manner that any airtime given to a candidate outside the news was considered campaigning and should be paid for by that candidate. This, in combination with the media's perception of their role to strictly comply with the principle of equal opportunity, restricted editorial freedom and did not encourage analytical coverage or critical public debate. The lack of comprehensive campaign information considerably limited the opportunity for voters to make a well-informed choice. The Election Law could be amended to encourage media to provide more diverse and analytical campaign information to voters. The observers' final report suggested, 'Formats of election coverage and decisions on paid election-related material should depend solely on the media's own editorial policy' (Early Presidential Election, 26 April 2015, OSCE/ODIHR Election Observation Mission Final Report). According to the OSCE, the strongest result of their monitoring of candidate-related news coverage shows that Nazarbayev was more frequently portrayed in his capacity of President than as a candidate, and was presented predominantly in a positive light. (www.osce.org/documents).

Results

This study questioned whether public consumption of television news on political affairs leads to support for democracy in the complicated context of Kazakhstan. Also examined was political interest; whether it is a moderating indicator of television news use and support for democracy. On the question of political news use, 75% of respondents indicated that they use the media, especially television, to get news about politics and government. Overall, 50.5% said they use the media for political information every day, while 24.9% use a medium of choice a few times a week.

Cross-tabs results showed that respondents are interested in politics, discuss politics, and hold strong beliefs about the impact of their votes on their leaders. With all key indicators of political interest entered in the model, 86% of respondents said they were interested in what was going on during the democratization process.

In order to further examine the relationship between media and politics, regression analyses were performed using data from the OSCE/ODIHR EOM in 2015 stepwise regression analysis was run to test the relationship between voters' use of television for political news and their interest in politics (RQ1). The regression showed that the more Kazakhstanis get political news from television, the more they are

interested in politics. This is consistent with other research. The 'television news use' values in that model produced a strong relationship. The stepwise model was also used to examine the relationship between voters' access to coverage of political news on television and their support for democracy. The survey results indicated that television news use was not a strong predictor of voters' support for democracy.

Analysis of the relationship between level of political interest and the level of democratic support found a positive relationship. This indicates that overall political interest is perhaps more powerful than media attention. This important correlation indicates the impact of political interest as a moderating variable between television news and politics.

Discussion

The aim of this study was to determine whether the use of political information on television in Kazakhstan leads to support for democracy or whether prior public interest in politics is a moderating variable to their democracy, and to answer three research questions.

Public opinion survey data show considerable use of television for political information by Kazakhstani, but no direct influence on their support for democracy. Greater use of television to get political news was strongly related to measures of political interest; this is also a moderating factor between television news use and increased public support for democracy.

Respondents also answered the question of how much, in their opinion, the audience trusts the mass media. More than 60% of media workers are absolutely sure that readers and viewers trust mass media; approximately 20% believe that the audience generally trust mass-media but not always; and the other 20% are sure that a lack of trust in journalists has existed for a long time.

OSCE/ODIHR EOM observers reported that sensitization of the public towards democracy by the government and the media was inadequate. They asserted that the state used the ignorance of voters to conduct referenda and to change laws to make them less democratic. Data showed that greater use of television by respondents to get political news led to higher interest in politics. The use of television by voters promoted individual interest in public affairs, and their keenness contributed to the political discourse and the democratization process.

Despite this considerable use of television for political news, there was no showing of

direct influence of television news use on support for democracy. In fact, the descriptive findings show that radio in Kazakhstan contributes to public debate but with less trust than state-owned television. The use of television was not a strong predictor of democratic support, and this could be explained by the negative influence generated by questions of trust. 'The result has been to establish uncontested control by the governing elite over the most effective media that could have any influence in the upcoming presidential election. There is now no effective national forum for a political opposition..... While the word "independent" may still be used with regard to nongovernmental media, in fact the dependence of all the major media on the local and central authorities has become quite obvious' (Katsiev, 1999, p. XX). The authors concluded that existing media laws and state restrictions have hampered the independence of the news media in Central Asia and have had a profound effect on citizen's ability to make rational decisions in support of democratic governance. Kazakhstan appears to be following this trend.

On the question of political interest, more than one-third of voters understand politics and say they have the ability to participate in democracy and influence political behavior. The findings support the media use hypothesis that the higher the level of political interest, the greater the level of democratic support. Since the independent media generally report and expose graft and unprofessional conduct in public service as well as in the executive and legislative branches of government, n voters trusted Nazarbayev, who apparently remains above media criticism. The criticism of his administration and other politicians makes voters rally behind the president, but not the independent adversarial press.

As indicated in the previous section on television news use, certain freedoms of speech and of the press are curtailed by the president. 'Democratic reforms are essential for society to function under normal political and economic conditions. Society must be able to accumulate sufficiently large financial capital to support private mass media that will not be in the hands merely of the governing elite. The state must establish and defend laws guaranteeing a free press and other mass media, in line with international norms' (Katsiev, 1999, p. XX). Based on these findings and the case studies on Kazakhstan's political leadership, one can conclude that voters are not adequately informed about democratic principles and values by some prominent national television broadcasters and state-sponsored television. This may explain why the majority did

not vote in favor of basic democratic values during the referenda on multiparty democracy despite their strong democratic support.

Conclusion

The more Kazakhstan voters access news coverage of political information on private television accounting for their interest in politics, the higher their support for democracy. They also see democracy as a political activity through which they fulfill an obligation of answering the president's call to support his ideology and regime legitimacy. As a result, the president periodically gets away with changing his political ideologies in referenda despite television news coverage, which oppose such unconstitutional political maneuvers. Without addressing presidential hegemony through which the government imposes despotic policies that undermine multiparty democracy, stifle political contestation, suppress a free press, and curtail political mass mobilization on private television, a reversal to full autocracy is inevitable. The limitations of this study are primarily grounded in some of the unanswered questions that emerge

from these findings. It remains unclear whether Kazakhstani voters truly recognize presidential hegemony in undermining the democratization process; this matter needs further exploration. Could there be other reasons that explain why the direct influence of television to support democracy is not more strongly supported by the general public? As an ideological tool, could the national television also build support for anti-democratic sentiments of those in power? Are there some underlying cultural institutions that are more important than democracy?

What we learn from this endeavor is just a first step toward understanding television use of political information disseminated through news and public affairs programs for the process of democratization in this part of the transitioning world. The implications from this study add considerably to what we know about media and politics in a developing third world country like Kazakhstan: that if civil society gets citizens interested about politics, television can play a major role at fostering public debate and sensitizing society through their news and public affairs programs to mobilize citizens to support democracy.

Electronic resources

- www.osce.org/documents/
- <http://www.election.gov.kz/eng/>, The Central Election Commission of the Republic Kazakhstan.
- <http://www.eurasiancouncilforeignaffairs.eu/>, The Eurasian Council on Foreign Affairs (ECFA).
- <http://www.gallup.com/topic/europe.aspx>,Baltic Surveys/The Gallup Organization.
- <https://www.irex.org/region/europe-eurasia/kazakhstan>, IREX,(2015).
- <https://www.hrw.org/legacy/russian/reports/kazakh/1999/october/topic42.html>, Human Rights Watch 1998. World report: Kazakhstan.
- <https://www.hrw.org/ru/world-report/2016/country-chapters/286034>, Human Rights Watch 2016. World report: Kazakhstan.
- <https://ipi.media/>, International Press Institute 1998.
- <http://www.nytimes.com/2005/12/06/world/asia/kazakhstan>, Chivers C.J. "Kazakh President Re-elected; Voting Flawed, Observers Say".
- <http://thediplomat.com/2016/02/kazakhstans-snap-elections-watching-the-watchers/>, Michel, C. (2016). Kazakhstan's Snap Elections: Watching the Watchers. Not all election monitors were created equal.
- <https://reason.com/archives/2017/02/05/fake-news-freakout/print>

References

- Androunas, E. (1993).Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives.Praeger.
- Arel, D. & Wilson A. (1994). "Ukraine under Kuchma: Back to Eurasia?" RFE/RL Research Report. Vol.3, no (32).
- Benn C., Chitty, C. (1996). Thirty years on: is comprehensive education alive and well or struggling to survive?David Fulton Publishers.
- Brown, R. (1995).Prejudice: It's Social Psychology. Oxford: Blackwell.
- Christians, C, Glasser, L, McQuail, D, Nordenstreng Robert, A., White.(2009).Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. University of Illinois Press.
- Diamond, L. & Plattner, M. (1993). Capitalism, Socialism and Democracy Revisited. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Foster, H. (1996).The Return of the Real: The Avant-garde at the End of the Century. London: MIT Press.

- Freedman, E. (2011). Theoretical Foundations for Researching the Roles of the Press in Today's Central Asia. In E. Freedman & R. Shafer (eds.), *After the Czars and Commissars. Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia*. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
- Garnham, N. (1992). The media and public sphere. In C. Calhoun (ed.), *Habermas and the public sphere*, (pp. 359-376). Cambridge, MA: MIT Press.
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D., & Wise, M. (2006). *Media making: Mass media in a popular culture*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Habermas, J. (1996). Between facts and norms: contributions to a discourse theory of law and democracy. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hoffmann, K. (2010). The EU in Central Asia: successful good governance promotion? *Third World Quarterly*, 31: 87-103.
- Howley, K. (2007). Community Media and the public sphere. In E. Devereux (ed.), *Media Studies: Key issues and debates* (pp. 343-58). London: Sage Publications.
- Jacubowicz K. (2004). Post Communist Media Development in Perspective. *Friedrich-Ebert-Stiftung, Internat. Politikanalyse*, Abt. Internat. Dialog.
- Junisbai, B., Junisbai A., & N. Ying Fry. (2015). *Mass Media Consumption in Post-Soviet Kyrgyzstan and Kazakhstan: The View from Below*. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 23 (3).
- Junisbai, A. (2014). Determinants of Economic System Legitimacy in Kazakhstan. *Europe-Asia Studies*, 66(8): 1234-1252.
- Junisbai, A. (2010). Understanding Economic Justice Attitudes in Two (formerly similar) Countries: Kazakhstan and Kyrgyzstan. *Social Forces*, 88(4): 1677-1702.
- Junisbai, B. & Junisbai, A. (2005). The Democratic Choice of Kazakhstan: A Case Study in Economic Liberalization, Intra-Elite Cleavage and Political Opposition. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 13: 373-392.
- Katsiev, O. (1999). Prospects for Development of an Independent Media in Kazakhstan. In M.H. Ruffin & D. C. Waugh (eds.), *Civil Society in Central Asia*, Washington, DC: Center for Civil Society International.
- King, J., Noble, J. & Humphreys, A. (1996). *Central Asia.: Kasachstan, Usbekistan, Turkmenien, Kirgisien, Tadschikistan*. (pp. 179) Lonely Planet Publications.
- Laruelle, M. (2015). *Civil Society and Politics in Central Asia*. Edited by E. Ziegler. University Press of Kentucky.
- Luong, J. (2002). *Institutional Change and Political Continuity in Post-Soviet Central Asia: Power, Perceptions, and Pacts*. Cambridge, UK, and New York: Cambridge University Press.
- McNair, B. (2000). *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*. London: Routledge. (pp. 41).
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Meijer, R. & Sijtsma, K. (2001). Methodology review: Evaluating person fit. *Applied Psychological Measurement*, 25: 107-135.
- Nikolayenko, O. (2011). Support for Democracy in Central Asia. *International Journal of Public Opinion Research*, 23: 191-204.
- Olcott, M. (2005). *Central Asia's Second Chance*. Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace.
- Olivier, R. (2000). *The New Central Asia: The Creation of Nations*. London: I. B. Tauris.
- Poster, M. (1997). Cyberdemocracy: Internet and the public sphere. In D. Porter (ed.), *Internet culture* (p. 209). New York and London: Routledge.
- Rogerson W.P. (1997). "Intertemporal cost allocation and managerial investment incentives: A theory explaining the use of economic value added as a performance measure." *Journal of Political Economy*. 105: 770-95.
- Sajo, A. (1995). Reading the Invisible Constitution: Judicial Review in Hungary. *Oxford Journal of Legal Studies*, 15.
- Schmitz, A. & Wolters A. (2012). Political Protest in Central Asia. *Potentials and Dynamics*. Stiftung Wissenschaft und Politik.
- Shafer, R. (2011). Soviet Foundations of the Post-Independence Press in Central Asia. In E. Freedman & R. Shafer (eds.), *After the Czars and Commissars. Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia*. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
- Shafer, R., and Freedman, E. (2009). Press Constraints as Obstacles to Establishing Civil Societies in Central Asia: Developing a New Model of Analysis. *Journalism Studies*, 10(6): 866.
- Starr, F. (1999). Civil Society in Central Asia. In M.H. Ruffin & D. C. Waugh (eds.), *Civil Society in Central Asia*. Washington, DC: Center for Civil Society International.
- Stromback, J. (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and their Normative Implications for Journalism. *Journalism Studies*, 6(3): 333-345.
- Zhovtis, E. (1999). Freedom of Association and the Question of its Realization in Kazakhstan. In M. H. Ruffin & D. C. Waugh (eds.). *Civil Society in Central Asia*. Washington, DC: Center for Civil Society International.

МРНТИ 06.81.23

^{1*}Муканова Г.К., ²Абдыхадырова А.М.

¹к.и.н., доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

²магистр госуправления, докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,

Казахстан, г. Алматы,

*e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

УНИКАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ XIX ВЕКА О КАЗАХАХ-ИССЛЕДОВАТЕЛЯХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Для современного учебного процесса – подготовки специалистов для отрасли «Издательское дело» – важно знать исторические особенности выпуска справочных отраслевых изданий. Российские дореволюционные издания, например, печатались только с разрешения цензоров. Целью проведенной работы было выявить факты упоминания имен казахских ученых – первых географов и этнографов в зарубежных публикациях. В целях реализации научного проекта авторами был осуществлен обзор фондов редких антикварных изданий в библиотеках ближнего зарубежья. Практическая значимость проведенного исследования – во введении в научный оборот ранее неизвестных письменных сведений о вкладе казахских ученых 19 века в изучение geopolитической ситуации вокруг Центральной Азии.

Методология проекта базируется на диалектике и современных принципах междисциплинарных исследований, на стыке истории элитарного книгоиздания, географии, этнологии, социологии, регионоведения, экономики и менеджмента издательского дела. Результаты изучения позволили обобщить полученные сведения и выделить элитарный вид печатных изданий в России, классифицировать их как особый жанр книжной продукции, рассчитанной на повышение имиджа династии Романовых: раритетное издание вышло с разрешения императора, ведь российский монарх был куратором деятельности Российского географического общества. Авторы статьи обнаружили в антикварном раритете сведения о сразу двух Валихановых: Шокане и Гази, имевших аристократическое происхождение, молодых исследователях Центральной Азии. Изучение содержания книги подтверждает ее ценность; отдельные факты биографии чингизидов-казахов ранее не были известны широкой общественности. Издание снабжено справочным аппаратом и представляет собой добротную научную печатную продукцию отраслевого характера. Поскольку выявленное раритетное издание хранится в Редком фонде Кургансской областной библиотеки, то доступ к ней отечественных исследователей позволяет оценить практическую значимость находки.

Ключевые слова: Россия, император, казахи, чингизиды, издательство, типография, история, Суворин, Шокан Валиханов, география, наука, книга.

^{1*}Mukanova G.K., ²Abdykhadyrova A.M.

¹Ph.D., Associate Professor, al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty,

²Master of Public Administration, PhD Student, al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

The Unique Edition of the XIX Century About Kazakhs-Researchers of Central Asia

For the modern educational process - training specialists for the publishing industry, - it is important to know the features of the publications of reference industry publications, in the past. Russian pre-revolutionary publications, for example, were printed only with the permission of censors. The purpose of the work was to reveal the facts of mentioning the names of Kazakh scientists - the first geographers and ethnographers, in foreign publications. In order to implement the scientific project, the authors reviewed the collections of rare antique publications in the libraries of near abroad. The practical significance of the study is the introduction of previously unknown written information on the contribution of Kazakh

scientists of the 19th century to the study of the geopolitical situation around Central Asia. The methodology of the project is based on dialectics and modern principles of interdisciplinary research, at the intersection of the history of elitist book publishing, geography, ethnology, sociology, regional studies, economics and management of publishing. The results of the study made it possible to generalize the information obtained and to identify the elite type of printed publications in Russia, to classify them as a special genre of book products designed to enhance the image of the Romanov dynasty: a rare edition came out with the permission of the emperor, since the Russian monarch was the curator of the activities of the Russian Geographical Society. The authors of the article found in the antique curiosity information about two Valikhanovs: Shokan and Gazi, who were of aristocratic origin, young researchers of Central Asia. The study of the contents of the book confirms its value; the public did not previously know certain facts of the biography of Chingizids Kazakhs. The publication is equipped with a reference device and is a good scientific printed production of a sectoral nature. Since the identified rare book is kept in the Red Book Fund of the Kurgan Regional Library, access to it by domestic researchers makes it possible to assess the practical significance of the find.

Key words: Russia, emperor, Kazakhs, chingizids, publishing house, printing house, history, Suvorin, Shokan Valikhanov, geography, science, book.

¹*Мұқанова Г.К., Әбдіқадырова А.М.²

¹Т.Ф.К., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,
²Мемлекеттік басқару магистрі, докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., *e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

Орталық Азияның қазақ зерттеушілері туралы XIX ғасырдағы бірегей басылым

Қазіргі заманғы оқу үрдісі үшін – «Баспа ісі» мамандарын даярлауда, өткен жылдардағы анықтамалық салалық басылымдардың ерекшеліктерін білу маңызды. Революцияға дейінгі орыс басылымдары, мысалы, цензорлардың рұқсатымен ғана басылып шығарылған. Бұл жұмыстың мақсаты – алғашқы география және этнография саласындағы қазақстанның ғалымдардың есімдерін шетелдік басылымдарда тауып, фактілерді анықтау болды. Ғылыми жобаны жүзеге асыру үшін авторлар таяу шет елдердің кітапханаларында сирек кездесетін антикварлық басылымдар қорларына шолу жүргізді.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы – бұрын Орталық Азия айналасында геосаяси жағдайды зерттеуге 19 ғасырдағы қазақ ғалымдарының қосқан үлесі туралы жазбаша ақпаратты дәлелдеу. Жоба әдістемесі элиталық баспаларды зерттеуде, география, этнология, әлеуметтану, аймақтану, экономика және басқару тарихы тоғысында диалектика және пәнаралық зерттеулер қазіргі заманғы қағидаттарына негізделген. Зерттеудің нәтижелері Романовтар әулетінің имиджін жақсартуға арналған кітап өнімдерінің арнайы жанры ретінде Ресейдегі баспа басылымдарының элиталық түрін жинақтауға және таратуға мүмкіндік берді: сирек басылым императордың рұқсатынан шыққан, себебі орыс монархы Орыс географиялық қоғамының кураторы болған. Бұл антикварлық кітапта басқа жерде табылмайтын ақпарат табылған: Шоқан және Гази, ақсүйектер, Орталық Азиядағы жас зерттеушілер болғаны. Кітаптың мазмұнын зерттеу оның құндылығын раставиды; Шыңғыс хан үрпактарының қазақтардың өмірбаяны туралы фактілері бұрын жүртшылыққа белгілі емес еді. Бұл басылым анықтамалық құралмен жабдықталған және салалық сипатта жақсы ғылыми баспа өнімі болып табылады. Ашық сирек кездесетін басылым Корған облыстық кітапханасының сирек қорында сақталғандықтан, отандық зерттеушілерге анықталған сирек шығарылым ретінде қорытындылардың практикалық маңыздылығын бағалауға зор мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: Ресей, император, қазақтар, баспахана, тарих, Суворин, Шоқан Үәлиханов, география, ғылым, кітап.

Введение

В Курганской областной научной библиотеке (г. Курган, РФ) хранится уникальное издание конца 19 века (История..., 1896). Оно называется довольно пространно: «История полувековой деятельности Императорского Русского Географического Общества, 1845-1895/ составил по поручению совета Императорского Русского географического общества вице-председатель

общества П. П. Семенов при содействии действительного члена А. А. Достоевского». Солидные фолианты увидели свет в Санкт-Петербурге в 1896 году в престижной по тем временам, типографии А.С. Суворина. В них отложились сведения о первых казахах – действительных членах ИРГО и других чингизидах и авторах этнографических очерков, удостоившихся публикации в «Записках ИРГО». Следует отметить тот факт, что история Общества была напечатана

с соизволения монарха, ведь Русское Географическое Общество было учреждено 6 августа 1845 года, а впоследствии было переименовано в Императорское (28 декабря 1849 года). Покровителем его на момент выхода книги был сам император николай Второй, председателем – великий князь Николай Михайлович. Специалистам общество известно более под аббревиатурой ИРГО. Мы заинтересовались этим раритетным изданием, поскольку за пятьдесят лет его деятельности в книге могли встретиться интересные факты, относящиеся к истории, географии и этнографии Казахстана. Энтузиасты от науки, настоящие следопыты и открыватели новых земель, продолжая подвиг Христофора Колумба, следовали зову сердца и разума, расширяя горизонты знаний для соотечественников.

Методы. Методом к изучению источников как артефактов письменной культуры мы выбрали философский подход, метод доказательств, или апдейктики аль-Фараби. Интерес к географии в России с середины 19 века прививался молодежи. Элементов риска, бравады, щегольства в пересказах путешествий, особенно в приключенческих романах, было не отнять. Не случайно, что юный Шокан Уалиханов со своим другом Григорием Потаниным во время учебы в Омском кадетском корпусе увлеклись географией, картографией во многом благодаря замечательным лекциям, чтению книг о путешественниках.

Обзор литературы. В современной западной традиции немало книг издано по описанию захватывающих кругосветных путешествий, и это воспитывает в молодых людях храбрость и тягу к знаниям. К примеру, массовыми тиражами в англоязычном мире увидели свет книги путешественников, таких, как: Эрнест Шеклтон (Shackleton, 1999).

О смелых открывателях полюсов писал Альфред Лансинг (Lansing, 1999) и др. Мартин Брюкнер составил занимательную книгу о первых картографах, что также составляет ценное пособие для будущих исследователей планеты (Brückner, 2011). Королевское Географическое общество, трудившееся под патронажем британской Королевы с 1830 года, также издавало и продолжает издавать занимательные фолианты по истории исследований. К примеру, книга «Explorations: Great Moments of Discovery» (2002) описывает самые яркие моменты в истории открытий, заодно прославляя величие короны.

В мире книг встречаются и такие, что с иронией преподносят увлеченност географически-

ми поисками, как Тим Маршалл (Marshall, 2015). В его книге охвачены Россия, Китай, США, Латинская Америка, Ближний Восток, Африка, Европа, Япония и Корея, а также Гренландия и Арктика. Профессор по истории России Иллинского университета Lincoln, W. Bruse – автор книги о географических маршрутах русских первооткрывателей Сибири, книга относится к разряду geopolитических изданий (Lincoln, 2007) и т.п. Выходят книги для детей и подростков, по картографии, их достаточно много, чтобы все перечислять здесь.

Эти и другие печатные издания хорошо иллюстрированы и рассчитаны на массовую реализацию. Издание, которое мы исследовали, представляет собой отраслевую книгу с довольно сухим стилем изложения, громоздкое издание, предназначеннное для академической элиты. Тем не менее, оно весьма ценно как источник. Традицию графической фиксации полевых наблюдений и их издания, посредством ИРГО, среди казахов, первыми создали Ибрагим Алтынсарин, автор эссе «Очерк обычаев киргиз Оренбургского ведения» и султан Ж.Сейдалин, написавший статью «О развитии хлебопашества в бассейне Тургая» в тематических «Записках ИРГО». (Записки..., 1896: 145).

Результаты. Многотомное изложение истории Российского географического общества занимательно, здесь встречаются любопытные малоизвестные факты, к примеру, как российские гидрологи (в команду были приглашены также геологи, зоологи и химики) в 1895 году успешно совершили международную экспедицию по исследованию глубин и зоологического состава Мраморного моря. Для согласования работ пришлось даже просить содействия дипломатической миссии в Турции. Российский дипкорпус настолько убедительно преподнес научную и практическую пользу замеров на Мраморном море, в том числе о перспективах судоходства, что турецкое правительство пошло навстречу запросу и, более того, выделило офицеров и матросов своего морского флота для оказания помощи российским ученым. В благодарность за понимание, по велению Николая Второго, турецкий султан был поощрен принятием в Почетные члены Императорского Русского Географического Общества.

Любопытная запись обнаружена нами: 15 февраля 1895 году Действительным членом ИРГО был избран Щербина Григорий Степанович, драгоман Императорского Российского Посольства в Константинополе. Напротив его

фамилии указаны аббревиатуры: Ф.Э.С., соответственно, «финансы, этнография, статистика» – отрасли, в которых Щербина признан был экспертом. Уточняя сведения, не тот ли это Щербина, что работал совместно с А.Букейхановым по сбору статистических и этнографических сведений о казахах (версия не подтвердилась), мы утвердились в том, что Г.Щербина, дипломат и ориенталист, действительно был поощрен за содействие русско-турецкой экспедиции по изучению Мраморного моря. В 1894 г. за содействие работе гидрографической экспедиции по изучению Мраморного моря Императорское Русское географическое общество даже присудило Щербине серебряную медаль «За полезное дело». Его жизнь оборвалась в 1903 г., при исполнении служебных обязанностей. (Щербина..., 2017)

Об исключительном решении принять в ИРГО турецкого султана сообщается в «Полувековой истории» таким образом: «Совет ИРГО «испросил соизволение Его Величества Султана на предложение ему звание Почетного Члена Общества. Собрание громкими рукоплесканиями приветствовало эту мысль. И Султан Абдул-Гамид принял звание Почетного Члена Общества». (История: 1260)

Как бы ни складывались позднее русско-турецкие отношения, а они были перманентно напряженными из-за вопроса о проливах, геополитики и затем категорического разрыва отношений с СССР, вступлением Турции в НАТО и проч., пример из истории организации и работы совместной научно-исследовательской экспедиции на Мраморном море, думается, служит гуманным примером толерантности и понимания общечеловеческих ценностей. Помимо этого, из иностранных монархов в Почетные члены ИРГО был принят иранский шах.

Однако, далее, изучая пожелавшие страницы истории ИРГО, мы обнаруживаем еще более интересную запись. Среди Действительных членов ИРГО, соответственно на конец 1895 год, числится «Вали-хан, султан Гази Булатович». Напротив его фамилии указана буква «Э», данная аббревиатура означает, что персоналия подлежит отделению этнографии. Дата вступления в члены ИРГО 4 ноября 1892 г. Из сведений о султане узнаем его должность и адрес: «Полковник Лейб-Гвардии Атаманского Его Императорского Высочества Государя Наследника Цесаревича полка. – 8-я Рождественская, 50, кв.9». (Состав ИРГО, 1895: 16) - О личности Гази Уалихана известно немного, в публикациях современных казахских авторов встречаются

противоречивые оценки его деятельности и отношений с отцом Шокана и правительством.

Прежде всего, кто из известных русских этнографов способствовал принятию султана Гази Валихана в члены ИРГО? На этот вопрос находим ответ в разделе «Отделение этнографии». Здесь указаны несколько фамилий: «Председательствующий: Владимир Иванович Ламанский (21 декабря 1894 г.) (Третье четырехлетие). Помощник Председательствующего: николай Иванович Веселовский (27 февраля 1887 г.). Секретарь: Федор Михайлович Истомин (10 мая 1883 г.)».

Безусловно, султан-чингизид Гази Булатович Валихан был знаком с руководителями этнографического отдела ИРГО, особенно если учесть, что именно академик Н.Веселовский является автором проникновенных честных строк о другом чингизиде, Шокане Уалиханове: «... Как блестящий метеор, промелькнул над нивой востоковедения потомок киргизских ханов и в то же время офицер русской армии Чокан Чингисович Валиханов. Русские ориенталисты единогласно признали в лице его феноменальное явление и ожидали от него великих и важных откровений о судьбе тюркских народов, но преждевременная кончина Чокана лишила нас этих надежд». Веселовский Николай Иванович (1848 - 1918), российский археолог, востоковед, историк, общественный деятель, член-корреспондент Петербургской Академии Наук (1914), действительный статский советник (1902). Окончил Санкт-Петербургский университет (1873). Ученый востоковеда В. В. Григорьева.

Имя Н.И. Веселовского читателям должно быть известно еще и потому, что большой друг Шокана, Григорий Николаевич Потанин (член ИРГО с 1862 г.), после безвременного ухода молодого казахского ученого, хлопотал об издании трудов последнего, в связи с чем в 1891 году в письме к профессору Петербургского университета Веселовскому просил: «Многоуважаемый Николай Иванович! Я оставил материал для издания статей Валиханова у Николая Михайловича Ядринцева. Николай Михайлович передаст Вам портрет Чокана Валиханова... Я напишу генерал-губернатору Колпаковскому о том, что рукописи передал Вам. ...»

Н.И. Веселовский обещание сдержал, и в 1904 году Российское Географическое общество издало книгу Чокана Валиханова, в предисловии к ней академик Н.И.Веселовский и написал те самые строки о Шокане. Возникает вопрос, почему труды Шокана Уалиханова вышли лишь спустя 10 лет? Были ли на то причины цензуры,

опалы либо иные? Частично к мысли о намеренной задержке издания статей строптивого казаха, дерзнувшего покинуть место в царском отряде, по военной терминологии, дезертировавшего, причем по причине несогласия с политикой монарха по отношению к его народу, наводит нас на знакомство с другими частями (томами) «Полувековой истории ИРГО».

Составителем издания, как указано на титульном листе, был вице-председатель Совета ИРГО П.П.Семенов-Тянь-Шанский, хорошо знавший Шокана Уалиханова. Возвращаясь через Семипалатинск из Кульджи в конце октября-начале ноября 1856 года, Шокан посетил своего друга Демчинского и через него познакомился с известным географом и путешественником П. П. Семёновым (Семёнов-Тянь-Шанский). Пётр Петрович и Шокан обсудили возможную поездку в Кашгарию.

21 февраля **1857 года**, по рекомендации П. П. Семёнова, Валиханов был избран действительным членом Русского географического общества. Запись об этом и краткий очерк заслуг Шокана имеется в 1 томе «Истории ИРГО» (История, С. 316-317).

Таким образом, в письменной истории ИРГО фамилия Валихан/ов/ обнаруживается дважды: в первом случае запись от 1857 года в ряды Общества был принят Шокан Шынгысович Валиханов, во втором – Гази Булатович Валихан, султан, принят в 1892 году. Биография Гази представляет интерес, он является внуком Губайдуллы султана. Губайдулла (каз. Ғұбайдолла) (1770-1852) - старший сын и преемник казахского хана Уали-хана, сосланного царским правительством в ссылку в Березов (ныне Тюменской области), по обвинению в сношениях с китайским правительством. Сын Губайдуллы Булат отправился в ссылку вместе с отцом. В 1825 году Губайдулла был отправлен в ссылку, поскольку мешал планам колонизации Среднего жуза. Только в 1840 году по ходатайству его двоюродного брата Кенесары-хана он был освобожден и вернулся в казахскую степь (Губайдулла и Кенесары.., 2012).

В последних публикациях республиканских СМИ вновь и вновь авторы возвращаются к деятельности казахского первоходца-ученого, оставившего заметный след в гуманитарных науках, человека, пожертвовавшего собой во имя будущего казахского народа, реалиста с передовыми взглядами Шокана Уалиханова. В чем-то соглашаясь с авторами, хочется глубже взглянуть на историю посмертной интерпретации трудов

одаренного исследователя. Исследуя содержание «Полувековой истории ИРГО», мы обнаружили запись, которая несколько диссонирует с тем, что мы привыкли читать о поездке Шокана в Алты-шаар, а именно: что останки А.Шлагинтвейта обнаружил и приложил усилия для сооружения памятного знака в Кашгаре на месте гибели немецкого исследователя, ...русский консул Н.Ф.Петровский!

Странным представляется данная реплика, тогда как пионером обнаружения собственно головы Шлагинтвейта, которую по приказу кашгарского управителя установили на пирамиде отрубленных голов мятежников в Кашгаре, даже в советской историографии указан Шокан. Человеческая натура – загадка; на момент составления и издания «Истории ИРГО» русская академическая общественность горячо обсуждала и делала пожертвования на памятник путешественнику, офицеру Н.М.Пржевальскому, который был открыт 26 июня 1894 года на берегу Иссык-Куля. Судя по некоторым данным, консула Петровского озабочила идея создать памятник Шлагинтвейту на месте его гибели; возможно, то было указание «сверху», как некий жест Романовых, в период потепления российско-германских отношений.... Ходатайствуя об увековечивании памяти А.Шлагинтвейта, консул удостоился «чести» быть первооткрывателем места его кончины?! Некоторая недосказанность присутствует в контексте, что явно диссонирует с ранними прижизненными сведениями о поездке Шокана в Кашгар.

Известно, что до сих пор в историографии Центральной Азии, в частности Синьцзяна, многие авторы указывали на то, что Шокан первым обнаружил место гибели европейского немецкого путешественника-ботаника Адольфа Шлагинтвейта, погибшего от рук кашгарского деспота. К примеру, в публикации Н.Непомнящего присутствует известный факт: «Английская администрация в Индии и европейская научная общественность долго ничего не знали о судьбе пропавшей в дебрях Центральной Азии научной экспедиции. Первые смутные сведения о том, что немецкий географ был казнен в Кашгаре, добыл русский путешественник Чокан Валиханов» (Непомнящий Н. Н. (2000).

Из записи в книге «Полувековая история ИРГО» уточняем, что Николай Федорович Петровский – действительный статский советник, российский генеральный консул в Кашгаре, принят был в члены ИРГО 26 января 1894 года. Адрес его почты указан так: Город Ош Ферганской

области, в Управление Начальника уезда для отсылки в Кашгар. К заслугам консула нет каких-либо претензий, однако зачем было умалять роль Шокана Уалиханова в обнаружении факта гибели в Кашгаре (публичной казни Адольфа Шлагинтвейта) в письменной истории географических открытий, остается загадкой. Оправдательным моментом может служить именно задержка с публикацией дневников и статей Шокана, в которых изложен факт идентификации им казни Шлагинтвейта.

Сам факт задержки посмертного издания статей Шокана (Потанин выслал их Веселовскому в 1891 году, а сборник увидел свет в России лишь в 1904 году), и игнорирование того, что Шокан Уалиханов установил факт гибели предшественника, наряду с которым выполнял опасное поручение правительства, способно придать дальнейшим поискам сведений о последних годах жизни казахского ученого новый импульс. Оправданием некоторых искажений данных в «Истории ИРГО», на наш взгляд, может служить лишь то, что к моменту издания книги (1896) большинство основателей РГО: К.И.Арсеньев, Ф.Ф.Берг, К.М.Бэр, Ф.П.Врангель, М.П.Вронченко, В.И.Даль, И.Ф.Круzenштерн, А.И.Левшин, В.А.Перовский, В.Я.Струве, П.А.Чихачев и др. ушли из жизни, а Г.Н.Потанин, один из идеологов и основателей общественно-политического течения «Сибирское областничество», сторонник автономии Сибири, оказался в опале. Летом 1865 года Г. Потанин был арестован по делу «Общества независимости Сибири» и привлечён к суду по обвинению в стремлении отделить Сибирь от России. 15 мая 1868 года, после трёхлетнего пребывания в Омском остроге, Потанин был подвергнут гражданской казни, затем был отправлен на каторгу в Свеаборг, где находился до ноября 1871 года, после чего был отправлен в Тотьму.

После отбытия наказания Потанин был выслан в город Никольск Вологодской губернии. Лишь в 1874 году по ходатайству Императорского Русского географического общества (ИРГО) Григорий Николаевич Потанин был амнистирован.

Итак, после 10-летней ссылки Потанин фактически не имел права голоса в ИРГО, в основном его направляли в отдаленные и опасные экспедиции (на Тибет, Внутреннюю Монголию). Во время экспедиции 1892-1893 гг. на Тибет его супруга, этнограф А. В. Потанина, неожиданно в дороге тяжело заболела и скончалась, из-за чего Г. Н. Потанину пришлось прервать свой путь.

Соответственно, повлиять на содержание «Истории...» и защищать заслуги друга Шокана, как прежде, он не смог.

По-видимому, и на П.Семенова, и на Н.Веселовского оказывалось давление свыше, из-за политических убеждений и открыто выражавшегося несогласия с политикой правительства, как Шокана Уалиханова, так и Григория Николаевича Потанина. Тем не менее, заметим, что имя Потанина и его заслуги перед наукой были настолько заметны, что когда в июле-августе 1895 года в гг. Пермь, Верх-Нейвинск, Екатеринбург и Курган побывали французские исследователи, археолог де Бай и этнограф, публицист, экс-адмирал де Кювервиль (Екатеринбургская..., 1895: 155), то их в Кургане встречал 60-летний Г.Н.Потанин, который, думается, не преминул поделиться воспоминаниями о своем друге, казахском исследователе, незабвенном Шокане Уалиханове. (Муканова, 2018).

В 90-е годы 19 века французские экспедиции стали привычными для россиян. К примеру, в «Истории ИРГО» сообщается, что «международный характер имело происходившее в зале дворца Великой Княгини Екатерины Михайловны торжественное Собрание Географического общества в феврале 1891 г., на котором Общество приветствовало двух французских путешественников: принца Генриха Орлеанского и Бонвало, проехавших в 1889 – 90 гг. через весь Азиатский материк и по северному Тибету в Тонкин» (История. 1895: 1020).

В публикации профессора-китаеведа К.Ш.Хафизовой даже имеется другой намек на то, что Гази Булатович Валихан/ов/ выполнял миссию двойника при Шокане, когда покинувший Черняевский отряд султан остался жить в ауле сородича султана Тезека. Профессор пишет: «...Начиналась какая-то новая секретнейшая операция, одно из звеньев которого было связано с Чоканом. Этим также можно объяснить, что рядом с ним в Алтын Эмеле в качестве двойника для конспирации находился другой Валиханов – Булат-Гази, так же, как и Чокан, имеющий офицерское звание штаб-ротмистра. Думается, что в официальных бумагах не случайно пишется это звание перед фамилией Валиханов, но не пишется имя человека. Это выглядит более чем странно. Если же это делалось намеренно, чтобы скрыть следы исчезновения Чокана, все перечисленные обстоятельства говорят о том, что Чокану предстояло более опасное дело, чем в 1858 г. Оно было тем опаснее, что фактически он был разоблачен в Кашгаре и Киргизии, спасся

бегством в апреле 1859 г. Оно было также намного серьезнее. Но это дело не было осуществлено, а причины этого (при нынешнем владении этими документами) сегодня мы можем только предполагать...» (Хафизова К.Ш., 2015: 55).

Отрадно то, что с новых позиций, свободных от идеологизации прошлого, еще многое предстоит узнать о Шокане Уалиханове, по-видимому тогда откроется и тайна манипуляций с фактами биографии Шокана. Разумеется, царский двор имел основания не доверять Валихановым, - и Шокану, и Гази, - с учетом их родословной, дерзких критических публикаций и сочувствуию демократическим тенденциям в Европе, тем более что, оказавшись в Семиречье, оба чингизида тесно стали поддерживать отношения с султаном Сыздыком, сыном Кенесары. Что скрывать, на них делали ставки исламские общественные деятели Синьцзяна, но это уже отдельная страница истории, которую еще предстоит реконструировать в полной мере.

Выводы

Время расставит все на свои места, и Шокан остается в благодарной памяти народа Казахстана как смелый противник ретроградства, благородный потомок славных правителей Казахского государства, несший окружающим свет знаний и заботившийся о благе и будущем народа. Он был лишен мелкого тщеславия, что подтверждают его близкие, современники и биографы. Более 160 лет имя Шокана Уалиханова украшает анналы Российского географического общества с мировой известностью, символизируя

преданность Шокана науке и исключительно бережное отношение его к артефактами, которые он безвозмездно оставил нам в наследство. Шокан стал первым действительным членом РГО, за ним последовали другие казахские этнографы и географы.

Международный характер деятельности РГО стал особенно заметен с восхождением на престол Николая Второго в ноябре 1894 г., который официально известил общество телеграммой следующего содержания: «Следя за успехами наших познаний о русских азиатских окраинах и внутренней Азии, Я имел случай убедиться, какую пользу принесли труды Географического Общества и его Отделов дорогому Нам Отечеству. Уверенный, что Географическое Общество и впредь будет продолжать развивать свою деятельность на пользу и на славу Отечеству, выражаю ему и его Отделам Мое благоволение и с готовностью принимаю звание Покровителя Императорского Русского Географического Общества. НИКОЛАЙ». (История...: 992).

Исторические источники, такие, как письменный свод о деятельности и составе ИРГО (1845-1895), датируемые концом 19 века, раскрывают малоизвестные страницы изучения регионов, в том числе территории, природных ресурсов и традиций жителей Великой Степи. Они содержат фактологию, персоналии ученых, и, хотя носят отпечаток эпохи, не утеряли ценности для научных обобщений. Таким образом, ввод их в научный оборот, с новых методологических подходов, логичен и дополнит имеющуюся базу данных. Безусловно, имеет смысл продолжать поиски в фондах зарубежных библиотек и архивов в целом.

Литература

- Губайдулла и Кенесары (2012). - Губайдулла и Кенесары см. Википедия. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%> [In Russian]
- Екатеринбургская (1895). - Екатеринбургская неделя. 1895 г. Июля 16. № 28. [In Russian]
- Записки (1896) - Записки ИРГО. Книга 1. Казань. – История полувековой деятельности Императорского Русского Географического Общества, СПб.: [б. и.], 1896. с.509. [In Russian]
- История (1896) - История полувековой деятельности Императорского Русского Географического Общества, 1845-1895/ составил по поручению совета Императорского Русского географического общества вице-председатель общества П. П. Семенов при содействии действительного члена А. А. Достоевского. - СПб.: [б. и.], 1896. Ч. 3. Отд. 5: Приложения. [In Russian]
- Муканова (2018). – Полевые материалы по экспедиции в ГАКО - Государственный Архив Курганской области. [In Russian]
- Непомнящий Н. Н. (2000). Сто великих тайн Востока. Исчезновение Адольфа Шлагинтвейта / <https://history.wikireading.ru/165732> [In Russian]
- Состав ИРГО. 31 декабря 1895 г. С-Пб., 1896. [In Russian]
- Хафизова К.Ш. Последние годы жизни Чокана // Мысль. 2015. № 12. [In Russian]
- Щербина Григорий Степанович. <https://ru.wikipedia.org/wiki/> [In Russian]
- Brückner, Martin. Early American Cartographies. Williamsburg: Omohundro Institute and University of North Carolina Press. 2011, 504 pages.

Explorations: Great Moments of Discovery from the Royal Geographical Society. Royal Geographical Society: Artisan, 2002.
340 pages

Lansing, Alfred. *Endurance: Shackleton's Incredible Voyage*. Basic Books, 1999. 288 pages.

Lincoln, W. Bruce. *The Conquest of a Continent: Siberia and the Russians*. Northern Illinois University: Cornell University Press, 2007. 528 pages

Marshall, Tim. *Prisoners of Geography: Ten Maps That Explain Everything About the World (Politics of Place)*. New York, 2015. 304 pages

Shackleton, Ernest. South: The ENDURANCE Expedition. Penguin Books: Signet Books. 1999. 418 pages.

References

Gubaiddulla I Kenesary. [For Gubaiddullah and Kenesary], see Wikipedia. 2016. <https://en.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%83%D0%B1%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D1%83%D0%BB%D0%BB%D0%91%D1%85%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BD>

Ekaterinburgskaja nedelia [The Yekaterinburg Week] 1895 July 16 № 28 P 555

Sostav IRGO [The composition of the IRGO]. December 31, 1895. St. Petersburg 1896.

Istoria poluvecovoi deiatelnosti IRGO [The history of the half-century activity of the Imperial Russian Geographical Society, 1845-1895 / was made on behalf of the Council of the Imperial Russian Geographical Society by the vice-chairman of the society PP Semenov with the assistance of the active member of AA Dostoyevsky]. - St. Petersburg: [б. ид.], 1896. Part 3. Dep. 5: Appendices, Index and Composition of the Company - 1896. - [VIII] pp. 983-1378, 66 p. adj. : portrait.

Mukanova G.K. Polevie materiali expeditsii v Gosudarstvennii Arhiv Kurganskoi oblasti – [Field materials on the expedition Associated Professor Mukanova G.K. to GAKO - State Archive of the Kurgan region]. [In Russian]

Nepomnyashchiy, N. N. Sto velikih tain Vostoka. Ischeznenie Adolfa Chlagintveita [One hundred great secrets of the East. Disappearance of Adolf Schlagintweit]. <https://history.wikireading.ru/165732>

Zapiski IRGO [The Notes of the IRGO], Book 1, Kazan, 1895, P. 509

Khafizova K Sh. Poslednie godi zhizni Shekana [The last years of Ciccoan's life] // Mysl [Thought]. 2015. № 12.

Khanzova K.Sh. Poslednie gody zhizni Shokana [The last years of Sheherbina Grigory Stepanovich. <https://en.wikipedia.org/wiki/>

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

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

INTERNATIONAL NEWS IN THE ASPECTS OF TRANSBOUNDARY INFORMATION AND PROPAGANDA: SYSTEM DETERMINANTS

The modern media field is increasingly seen as a platform for cross-border information and propaganda. The concept of international news is integrated into a number of related areas, which include international relations, foreign business interests, information security and security, more specifically, the viability and real independence of the state. Foreign information and international news act as part of a large flow, but part of the most dynamic, operational, constantly present in the information environment. And, therefore, the most influential. This area forms the public opinion and are able to change it out of necessity and the wishes of a specific customer.

The purpose of the article is to present a brief analysis of the international discourse of foreign news in the format of systemic determinants of information and propaganda. The authors studied the international experience of legislative regulation and control of news flows between States or international blocs. Kazakhstan's laws in the field of international exchanges of mass information were also considered.

The study of the content of foreign news of domestic and foreign news agencies for the period from November 2017 to March 2018 has led to the following results: on average, 35% of the total material of news portals in Kazakhstan are foreign news. The audience of consumers of foreign news to a greater extent - young people under 35 years. Among them, more than 84% receive information through mobile applications. The study also examines the factors of "soft power" for the impact of international news on the formation of public opinion, the growth or decline in the political status and reputation of States, parties, specific leaders. The aspects of manipulation by means of feeding, frequency, selection and layout of international news in the media of Kazakhstan are studied.

The study of a number of parameters and indices of foreign news development confirmed the undoubtedly involvement of this factor in the economic and political structure of the world media business.

Key words: international news, "soft power", propaganda, information security, information threat, media business.

***Дудинова Е.И., Мухамадиева Л.И.**

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

*e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

Халықаралық жаңалықтарды трансшекаралық ақпараттандыру мен насихаттаудың жүйелі детерминантық аспектілері

Қазіргі заманауи медиа саласы ақпараттану мен насихаттаудың шексіз платформасы ретінде қарастырылады. Халықаралық жаңалықтар бірқатар салаларды біріктіреді, мысалы, мемлекеттік тәуелсіздік пен ондағы нақты жүйелік, халықаралық қатынастар, шетелдердегі бизнестік мұдделер, ақпараттық қауіпсіздік пен сақтану шаралары.

Шетелдік ақпараттар мен халықаралық жаңалықтар үлкен ағындық ақпараттың бір бөлігі ретінде көрінгенімен, динамикалық өте жедел, ақпараттық ортада үнемі белсенді де ықпалауды айналымды қалыптастырады. Бұл сала қоғамдық, пікірді қалыптастырады және оны белгілі бір тұтынушының қажеттілігі мен еркіне қарай өзгерте алады.

Мақаланың мақсаты – шетелдік жаңалықтар мен халықаралық, дискурстар жайлы ақпарат беруді жүйелік детерминант форматында қысқаша талдау. Авторлар мемлекеттер мен халықаралық блоктардың арасындағы жаңалықтарды реттеу мен бақылаудың халықаралық тәжірибесін зерттеді. Сондай-ақ, бұқаралық ақпараттардың халықаралық алмасу саласында қолданылатын

қазақстандық заңдар да қарастырылды. 2017 жылғы қараша мен 2018 жылғы наурыз аралығында отандық, және шетелдік ақпараттық агенттіктердің зерттеу нәтижесінің көрсеткіштері мынадай: шетелдік барлық маңызды жаңалықтар орта есеппен Қазақстандық порталдарын 35%-ын құрайды. Шетелдік жаңалықтарды тұтынушыларының басым бөлігі 35 жасқа толмаған жастар. Олардың 84%-дан астамы ақпараттарды мобиЛЬДІК қосымшалар арқылы алды. Зерттеулер халықаралық жаңалықтардың қоғамдық пікірді қалыптастыруға, мемлекеттердің, партиялардың, нақты көшбасшыларының саяси мәртебесі мен беделін ұлғайтудың немесе кемітудің, т.б. факторларды қарастырады. Қазақстандық БАҚ-та халықаралық жаңалықтарды ұсыну, іріктеу және ұтымды орналастыру арқылы манипуляциялау аспектілері зерттелуде.

Шетелдік жаңалықтардың бірқатар параметрлері мен көрсеткіштерінің зерттеу медиа бизнестің әлемдегі экономикалық және саяси құрылымындағы осы факторлардың өз орны бар екенін дігін растайды.

Түйін сөздер: халықаралық жаңалықтар, насиҳаттау, ақпараттық қауіпсіздік, ақпараттық қауіп, БАҚ.

Дудинова Е.И., Мухамадиева Л.И.

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

Трансграничность информирования и пропаганды в международных новостях в аспекте системных детерминант

Современное медиаполе все чаще рассматривают как платформу трансграничности информирования и пропаганды. Понятие «международная новость» интегрируется в ряд сопутствующих сфер, к которым относятся международные отношения, зарубежные интересы бизнеса, информационная безопасность и защищенность, конкретнее, состоятельность и реальная независимость государства. Зарубежная информация и международные новости выступают как часть большого потока, однако часть наиболее динамичная, оперативная, постоянно присутствующая в информационной среде. А, следовательно, наиболее влиятельная. Данная сфера формирует общественное мнение и способна менять его по необходимости и воле определенного заказчика.

Цель статьи – представить краткий анализ международного дискурса зарубежной новости в формате системных детерминантов информирования и пропаганды. Авторами был изучен международный опыт законодательного регулирования и контроля новостных потоков между государствами или международными блоками. Также были рассмотрены казахстанские законы, действующие в сфере международного обмена массовой информацией.

Изучение контента зарубежных новостей отечественных и зарубежных информационных агентств за период с ноября 2017 по март 2018 года привело к следующим результатам: в среднем, 35% всего материала новостных порталов Казахстана составляют зарубежные новости. Аудитория потребителей зарубежных новостей в большей степени – молодые люди до 35 лет. Среди них более 84% получают информацию через мобильные приложения. Проведённое исследование рассматривает также факторы «мягкой силы» для воздействия международной новости на формирование общественного мнения, рост или снижение политического статуса и репутации государств, партий, конкретных лидеров. Изучаются аспекты манипуляции посредством подачи, частоты, отбора и компоновки международных новостей в СМИ Казахстана.

Исследования ряда параметров и индексов освоения зарубежной новости подтвердили несомненную включенность данного фактора в экономическую и политическую структуру мирового медиабизнеса.

Ключевые слова: международная новость, «мягкая сила», пропаганда, информационная безопасность, информационная угроза, медиабизнес.

Introduction

Only at first glance, the concept of international news concerns only the content of media reports, but with a closer examination it turns out to be included in a number of related areas, which are international relations, foreign business interests, information security (the consistency and real independence of the state). In the context of this topic, we can also consider the psychological factors of influencing of

the international news on the formation of public opinion, the growth or decline of the political status and reputation of states, a party, and a particular leader. Separately, you can also explore manipulation techniques through the filing, frequency, selection and layout of the international news.

In this area, there is also a lot of experience in legislative regulation and control. The world community realized the danger of a chaotic and uncontrolled movement of news flows between states

or international blocs a long time ago. Nowadays, there are more than 50 multilateral acts regulating international exchanges of mass information.

Material and methods. Scientific methodology.

(I) of December 14, 1946, it was noted, "freedom of information requires from those who enjoy its privileges, the desire and ability in refusing of abusing them" (UN Resolution 59 (I)). Many media issues became subject to international law very quickly. (Kolosov Yu. M., Krivchikova E.S.). (Kolosov Yu. M., Krivchikova E.S.). In the same UN resolution noted, "Freedom of information requires from those who enjoy its privileges, the desire and ability in refusing of abusing them."

By the next resolution, the UN condemned any form of propaganda conducted in any country with an aim of creating or increasing a threat to peace, violation of peace or an act of aggression. Then UN have invited states to take decisions to combat the spread of false or perverted news that could harm friendly relations between states.

1936 International Convention on the Use of Broadcasting in the Interests of Peace prohibits states from broadcasting from their territory, which could induce the population of one country to act against the internal situation or security of another country.

The prohibition of racial discrimination or its propaganda through the media is enshrined in the 1965 International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination (UN Convention, 1965). Any propaganda texts based on ideas or theories of racial superiority are condemned.

The International Covenant on Civil and Political Rights of 1966 established in Article 20 that any propaganda of war should be prohibited by law (International Covenant, 1966).

In 1966, the International Covenant on Civil and Political Rights was adopted, which enriched international law with the concepts of "legislative restrictions on the freedom of information" for the protection of state security", "public health or morals", etc.

The UN Declaration on the Inadmissibility of Intervention and Interference in the Internal Affairs of the States of 1981 includes a provision of recognizing the obligation of the state to refrain from any defamatory campaigns, offensive or hostile propaganda in order to intervene or interfere in the internal affairs of other states (UN Declaration 1981).

A large number of targeted documents regulating the spread of radio frequencies, the work of artificial earth satellites, limiting unfair advertising from ships on the seas, etc. were also adopted.

The Sofia Declaration, adopted on September 13, 1997, is very important for the media, and it aimed at strengthening independent and pluralistic media; also the Okinawa Charter on the Global Information Society, adopted on July 22, 2000. These documents are the result of the desire of states to agree on joint efforts and cooperation to optimize global networks, combat abuses that undermine network integrity, reduce the digital divide, invest in people and ensure global access and participation in this process.

The whole range of international agreements aimed at creating a model of equal information exchange. However, the current political situation looks like a worsened information crisis. Tough battles and diplomatic scandals between the United States and Russia led to tougher conditions and restrictions on the activities of foreign media in both countries. The update of the United States Law – Foreign Agents Registration Act (FARA) Registration Act (FARA) which adopted in 1938, caused "mirror actions" from Russia's side (TASS.ru, 2017).

Accordingly, international news can shape the national agenda. This fact is also important for Kazakhstan from the view of informational independence, of a state which trying to form its own information picture, building its own information security shield.

Literature review.

Modern forms of the concept of "security" form a complex system and periodically various aspects appear as its determinants. However, "information security" is retains a leading position not the first decade.

The Decree of the President of the Republic of Kazakhstan "On the Concept of Information Security of the Republic of Kazakhstan until 2016" dated November 14, 2011 contains clear wording of information threats: "Due to the openness of the national information space and the popularity of foreign media, including television and Internet resources (postal services, social networks, blogs and video portals), there is a real threat of informational influence on the public consciousness. Informational influence can be expressed both in the form of direct imposition of ideas that contradict the national interests of the Republic of Kazakhstan, and in the form of creating a certain information background, artificially supported by manipulating information or its tendentious commenting "(Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated November 14, 2011).

The threats include the low level of own ICTs, dependence on the import of informational

technologies, the increase in informational confrontation between the world's leading centers, the development of information manipulation technologies, the dissemination of false or intentionally distorted information and others. Of course, the document reflects the extremely important and sensitive issues of ensuring the information security of Kazakhstan. Many of these threats have not lost their relevance; some have reached a new level. It becomes harder and harder to see the real solution of the problems. Apparently, this is due to the delay in the adoption of the following concept. It is important to note, that the effect of this Concept shown for 2016.

It is clear that the threats of information expansion and the destructive influence of certain information flows are not new. Every person is concerned about the state of information security from negative influences in the information space. However, it is becoming more and more difficult to provide it. And on a national scale it is sometimes impossible.

Informational expansion, in turn, can be carried out in a variety of ways: open and latent. These include dumping prices for information products; opening overseas branches of popular publications, multinational TV companies; creation of joint ventures in the field of ICT and media; purchase of airtime in another country and broadcasting to a foreign audience, saturation with its informational product. And finally, the creation of a large amount of informational content of mass culture: films, series, shows, etc. The main problem here is the uneven exchange of such informational products between development and developing countries.

In this regard, foreign information and international news act as part of a large flow, but some part is more dynamic, operational, constantly presented in the information environment. And, therefore, the most influential ability to shape public opinion and change it, if necessary.

An American scientist from the University of Louisiana, H. Denis Wu, in the article "System determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries" / Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries /, notes various indicators of interchange and information flow logistics.

It is significant that the most closed are the United States, in terms of the impact of the media in other states, according to H. Denis Wu,. The author believes that "Powerful players create the rules of the game and dictate the repertoire of news, as

well as actions performed on the world stage, thus affecting other less powerful countries" (H. Denis Wu, 2017.).

The researcher also points out that the topics presented by most international news - international politics, transnational trade, military conflicts - clearly demonstrate that news from abroad provides a monitoring function. Thus, it is possible to closely monitor the actions of foreign elites and take steps in advance to protect national interests.

In another article, "A Brave New World for international news?" (H. Denis Wu, 2007.), the same author notes the strong influence of trade and news agencies on websites: "This effect on the formation of news on the Internet turns out to be even more than on traditional media."

His next remark is extremely interesting: "The main content manager of foreign news is an economic factor. Information coverage of news from other countries is a costly operation for the media. Good, responsible international reporting is usually the first victim of shareholder savings. Therefore, the main stream goes through news agencies that allow direct access 24/7, providing a transnational news flow."

Researchers Tsan-Kuo Chang (University of Minnesota) and Jae-Won Lee (Cleveland State University) note factors influencing the choice of foreign news by American editors in the article "A National Survey of Newspaper Editors Factors Affecting Gatekeepers".

That is, in order for the news to be chosen, it must, according to editors, meet some criteria, including: "a threat to the USA and world peace, the expected interest of readers, timeliness and US participation. Editors also viewed death and property as important, but less serious than other factors. Most editors seem to focus more on factors that have a significant impact or on the consequences, especially when it comes to US security and national interests" (Tsan-Kuo Chang, Jae-WonLee, 1992).

Thus, we understand that Western scholars see the undoubted involvement of foreign information in the economic and political structure of the media business.

There is another interesting study by Minnesota professor Tsang-Guo Chang, "All Countries Not Created Equal to Be News" (not all countries are created equal in the sphere of news exchange). The author writes: "Developed countries have higher chances to be in the news than in semi-peripheral and peripheral countries. States in two other zones must go through several filters before they get into the news "(Tsan-Kuo Chang, 1998).

Of course, the news from the “peripheral” country can “penetrate” the editorial filters of content managers of information agencies in developed countries, if it possesses a set of necessary qualities: sensationalism, formatting, timeliness, topical ideological concept.

For example, information about terrorist attacks quickly flies around all the world media, as well as news about the victory of opposition parties or rallies in the CIS countries. However, information on positive transformations or initiatives of a certain state to establish its own economy or cultural events will remain in the shadow. According to the opinion of media managers, as a result, the information picture highlights only those facets of the surrounding world that are interesting and “useful” to society.

Perhaps this situation fits into the concept of “soft power” by Joseph Nye, in which the scientist proposes to consider as such “the ability to do so that the goals of one country seem attractive to another” (Joseph S. Nye Jr., 1991).

In later writings, the scientist also noted that “soft power” and “cruel force” are varieties of the ability to achieve goals, affecting the behavior of others. “The differences between them are in the degree, nature of behavior and the tangibility of resources. The power of prescription, the ability to change what others are doing and consists in forcing and stimulating.

The power of co-optation (or assimilation) acts as the ability to shape what others want and is based on the attractiveness of someone’s culture and values, or the ability to manipulate the agenda of political preferences in such a way that it changes its mind to express these preferences, as they seem unreal ”(Joseph S. Nye Jr., 2004).

Results and discussion

Consequently, each country which wants to have political “attractiveness” and “ability to achieve goals by influencing the behavior of other countries” or communities makes maximum use of “soft power” for a targeted impact on the likes and preferences of internal or external recipients.

If we turn to the informational “portrait” of Kazakhstan, presented in foreign media in recent months, it seems that the news, “breaking through” to a foreign reader, forms a slightly different image of the country, different from our view and vision.

For example, journalists of the French “Slate.fr” James Palmer and Pierre Marti in the article “Le Kazakhstan fait son show à cinq milliards, mais

personne n'est là pour le voir” / Kazakhstan gave a show for 5 billion ... that no one saw / write that they forgot to invite guests to the futuristic city of the World Exhibition and the demonstration of a national brand in the international arena.

And further: “Pavilions occupy space from a small room to several floors, they are located in new buildings, built around a large sphere of black glass - the pavilion of Kazakhstan. Seen from the west, the dome rises above the surrounding houses. “There are two ways to make the Kazakhs angry,” noted one of the guests, “Mention the film“ Borat ”and call their dome the“ Death Star ”(Palmer J and Marti P., 2017).

In Joanna Lillis’s article “Kazakhstan: Terrorist Plot – or Concocted Conspiracy?” which published on February 6, 2018, refers to allegedly staged jihad against Kazakhstan and the inept actions of the special services and the judicial system (Lillis Joanna, 2018).

Many materials are devoted to the transition to the Latin alphabet. For the most part, their content is politicized; foreign analysts are trying to discern the change of Kazakhstan’s political orientation during the modernization of graphics.

Here are some of the headlines: “Away from the“ Russian world ”(Radio Liberty, 2017); “Putin was betrayed by his closest ally ...” (Obozrevatel. UA, 2017); “Europe should us their chance while Kazakhstan looks to the west” (Svenska Dagbladet, 2017); Decision of Kazakhstan on the alphabet (Stargazete, 2017), etc.

Andrew Higgins, the correspondent of The New York Times, in the article “Kazakhstan welcomes the new alphabet, with the exception of all these apostrophes” (Andrew Higgins, 2017) chose a rather playful tone, on the verge of bullying and jokes. State policy in the article seems controversial.

Simon Cruz, journalist of the Danish newspaper “Berlingske”, also “had a fun” in the article “From now Kazakhstan wants to be called Qazaqstan” (Cruz. S., 2017), describing the situation as “alphabet war, stuck in flying apostrophes”.

Unfortunately, in this case, the amount of materials, accents and point of view of foreign authors to replace the graphics of the Kazakh language is not dictated by the actual interest in Kazakhstan and its movement towards progress, but by the prolonged opposition of two world poles.

Against the background of positive responses from the world media about the visit of the President of Kazakhstan to the United States in January 2018, the American edition of The Wall Street Journal

publishes a material by James Freeman “What is happening with Kazakhstan? There is a special word for such countries”(Freeman James, 2018). The author writes “About the worries that (causes) the similarity between Mr. Trump’s attitude to the President of Kazakhstan, Nursultan Nazarbayev, and the courtesies that were shown in his address by former President Bill Clinton.”

Of course, there are positive materials describing progressive changes in our country. So begins the material of Francis Gibb in the respected British newspaper The Times: “So little is known about Kazakhstan that the majority of people think about this country from watching the movie Borat, in which Sasha Baron Cohen plays the hapless reporter.

But the situation will change soon. One of the leading figures of British justice, the former Lord Chief Justice Wolfe has just been promoted to Chief Justice of the new commercial court in Kazakhstan. Eight well-known judges and reputable lawyers from the United Kingdom will work there with him ”(Frances Gibb, 2018). The Croatian “Advance” material “The Bridge from Europe to Asia: Is Kazakhstan a New Diplomatic Power?” Is devoted to the same topic (Vedran Obućina, 2017). However, the material is of an analytical nature, there are positive developments in the state: “Nazarbayev announced the third modernization of Kazakhstan in February and April of this year. It is assumed that the Kazakh language will be translated from Cyrillic to Latin (by 2025, the process should be fully completed). This is intended as a step towards facilitating global integration. With the help of hundreds of concrete steps, the country’s leadership wants to reduce corruption in the country. Also, according to the plan, Astana will turn into the main financial center of the Union of Independent States and the New Silk Road. Astana will become a special zone with a separate judicial system based on English customary law.

This zone will be designed to provide services to capital markets and Islamic financiers and should become one of the 20 leading financial centers in the world. An example for Astana is the Dubai International Financial Center (DIFC) and its international activities based on high ethical and legal standards.”

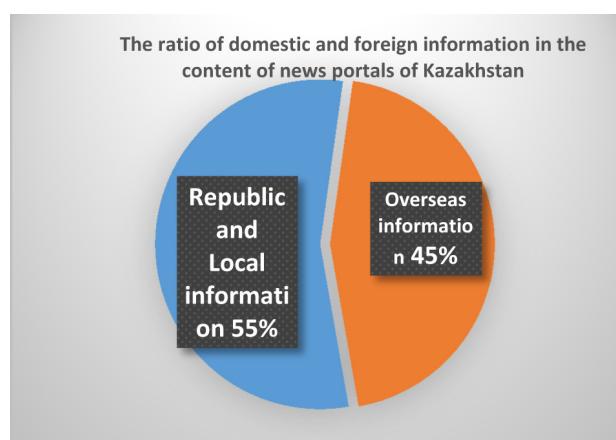
“The author concludes the material with the words:” Kazakhstan forms the image of the state elite, which bears international responsibility and enjoys support at home. Foreign policy is much more visible, generally less expensive than domes-

tic programs, and has a greater symbolic weight. At the same time, the Kazakh steppe identity is being formed: the Kazakhs are a peaceful, open and economically liberal people who have regional and multilateral institutions.”

Of course, this approach forms a multi-faceted spectrum of attitudes and opinions, synthesizes a positive view of state policy. The author uses the concepts of “responsible state elite”, “steppe identity”, “liberal people”, “multilateral institutions”. Consequently, Kazakhstan, in this case, has successfully used the possibilities of “soft power” to influence a foreign audience.

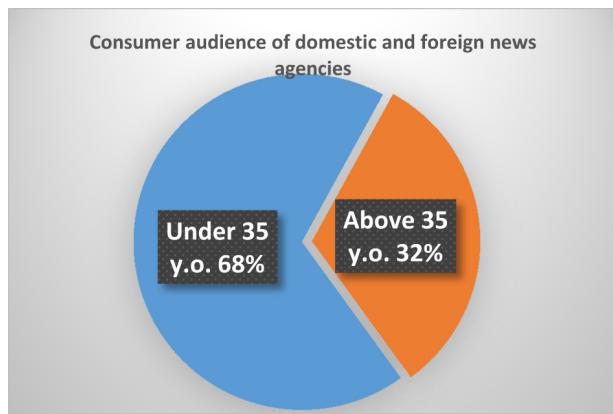
However, we have to admit that the number of negative materials, while remaining high, reflects a clear scheme of addiction of journalists from different countries to our country. That, in turn, fits into the classic communication model of Harold Lasswell (Lasswell, 1948), who believed that the direction and result of any communicative action is revealed as the answer to successive questions: “Who reports?”, “What reports?” “By what channel?”, “Whom to and what effect with?” This model allows you to see the source and its goals behind the content of messages.

The study of the content of domestic media leads to interesting conclusions. For example, the inclusiveness of foreign content in domestic news releases is quite high – from 45 to 55% in different periods.

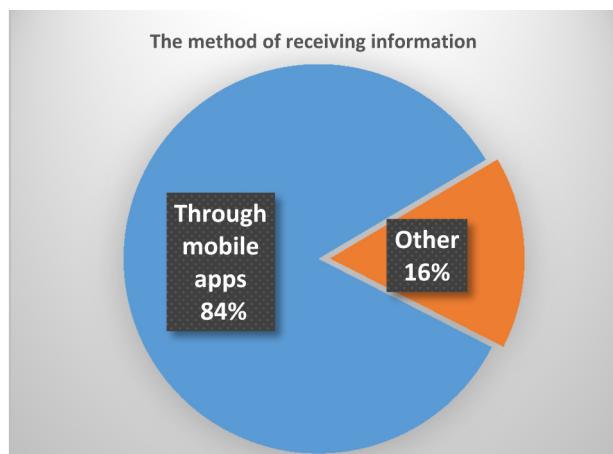


This indicates the popularity of this topic, the inclusion of Kazakhstan in a number of world processes, the interest of the audience in foreign reality.

The age parameters of the consumer audience also allow us to conclude that people of the most active category are involved into a foreign information.



It is also important to note that representatives of Kazakhstan's younger generation prefers to receive information through their gadgets, focusing on mobile applications. More than two thirds of the audience receive information selected not only by the managers of information services and agencies, but also by someone else.



If we turn directly to the content of domestic media and consider informational messages on foreign reality, then the situation is different than in foreign texts related to Kazakhstan. International blocks represent a non-system digest of the most interesting facts from the point of view of entertainment tools.

Screening of world news in just one day showed the following situation. Let's go through the head-

ings of the information portal [Zakon.kz](#) for May 6, 2018, dedicated to the choice of the authors, one country - the United States: An American made a marriage proposal to his girlfriend on Immortal Regiment action in New York; In the US there is allowed self-repairing of electronics; Weapon plutonium is lost in the USA; US launched a new rover; In the USA, a pensioner helped to catch a criminal by substituting a bandwagon for him; JK Rowling apologized to readers for killing Dobby ([zakon.kz](#), 2018).

Portal [tengrininews.kz](#) chose the following news: American tanks sent to the borders of Russia; Visitors to the airport in New York accused the robot security guard of «lustful» views ([tengrininews.kz](#)).

The Internet portal [Nur.kz](#) offers domestic readers the following facts from the life of the distant West: Fun, the working class: how ordinary Americans relax; The American ate 30,000 Big Macs without harm to health ([www.nur.kz](#)).

This picture forms a stereotypical view of foreign countries. Perhaps this is dictated by the desire of content managers to distract readers from problems, to interest the youth audience with easy and positive information.

Conclusion

Thus, the international news panorama develops, at first glance, from different, sometimes random, puzzles, but the result is a holistic picture that corresponds to the political course, level of economic development, mentality of existing states. System determinants somehow relate to "factors" and "conditions". Thus, the factor of the "information environment" is manifested through the conditions created in a particular society for the audience to perceive the news. The answer to the question: "What is the winner at the present stage of development - information or propaganda?" Directly depends on the information culture of the international community. In a progressive society, where they are focused on learning and development, objective information wins, in conditions of regression, when fear, pressure, anxiety, tension reign - propaganda of all shades and stripes.

References

- Deklaraciya OON, 1981. [On the Inadmissibility of Intervention and Interference in the Internal Affairs of States 1981]. O nedopustimosti intervencii i vmeshatel'stva vo vnutrennie dela gosudarstv 1981 g.
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/internal_affairs_decl.shtml
- Frances Gibb, 2018, UK judges head new court in Kazakhstan / Britanskie sud'i vozglavyat novyj sud v Kazahstane. The Times.
<https://www.thetimes.co.uk/edition/law/uk-judges-head-new-court-in-kazakhstan-0dkf6c87d>

- Freeman James, 2018. What's the Matter with Kazakhstan? <https://www.wsj.com/articles/whats-the-matter-with-kazakhstan-1516134228>
- H. Denis Wu, 2007. A Brave New World for international news? https://www.researchgate.net/profile/H_Wu4/publication/245517967
- H. Denis Wu, 2017. Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries. Journal of Communication, tom 50, vypusk 2, S. 110-130, <http://deniswu.org/wp-content/uploads/2017/05/JOC2000.pdf>
- Higgins EH., 2017. [Kazakhstan welcomes the new alphabet, with the exception of all these apostrophes]. Kazakhstan privet-vuet novyy alfavit, za isklyucheniem vsekh ehtih apostrofov. <https://www.nytimes.com/2018/01/15/world/asia/kazakhstan-alphabet-nursultan-nazarbayev.html>
- <https://tengrineznews.kz/europe/amerikanskie-tanki-otpravili-k-granitsam-rossii-343503/>
- <https://www.nur.kz/1730664-amerikanec-sel-30-tysac-big-makov-bez-vreda-dla-zdorova.html>
- https://www.zakon.kz/international_news/
- Joseph S. Nye Jr. Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power Paperback – August 6, 1991
- Joseph S. Nye Jr. Soft Power: the Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. 192 p. 2.
- Kolosov YU. M., Krivchikova EH. S. [International law: a textbook]. Mezhdunarodnoe pravo: uchebnik / otv. red. A. N. Vylegzhannin. - M.: Vysshiee obrazovanie, YUrajI-Iehdat. - 1012 s. 2009.
- Konvenciya OON, 1965. [International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination 1965]. Mezhdunarodnaya konvencii o likvidacii vsekh form rasovoj diskriminacii 1965 g. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/raceconv.shtml
- Kruse S., 2017, [From now on, Kazakhstan wants to be called Qazaqstan,]. Otnye Kazahstan hochet nazyvat'sya Qazaqstan, Berlingske. <https://inosmi.ru/social/20171112/240743675.html>
- Lasswell The structure and function of communication in society. // The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers., 1948.
- Lasswell The structure and function of communication in society. // The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers., 1948.
- Lillis Joanna, 2018. «Kazakhstan: Terrorist Plot – or Concocted Conspiracy?» 06.02.2018, <https://eurasianet.org/s/kazakhstan-terrorist-plot-or-concocted-conspiracy>
- Mezhdunarodnyj pakt, 1966, [The International Covenant on Civil and Political Rights of 1966]. O grazhdanskikh i politicheskikh pravah 1966 g. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml
- Obozrevatel.UA, 2017, [Putin betrayed his closest ally ...]. Putina predal blizhajshij soyuznik...? <https://www.obozrevatel.com/abroad/putina-predal-blizhajshij-soyuznik-poyavilos-obyasnenie.htm>
- Palmer J, Marti P. «Le Kazakhstan fait son show à cinq milliards, mais personne n'est là pour le voir». <http://www.slate.fr/story/147483/kazakhstan-foire-internationale>
- Radio svoboda, 2017. [Away from the “Russian world”]. Proch' ot «russkogo mira», 12 Aprel' 2017. <https://www.svoboda.org/a/28425969.html>
- Rezolyuciya OON, 59 (I). Rezolyuciya General'noj Assamblei OON 59 (I) <https://documents-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/033/10/IMG/NR003310.pdf?OpenElement>
- Star gazete, 2017, [The decision of Kazakhstan on the alphabet]. Reshenie Kazahstana ob alfavite. 25.04.2017 <https://inosmi.ru/politic/20170425/239210155.html>
- Svenska Dagbladet, 2017, [Europe should take advantage of the opportunity while Kazakhstan looks to the west,]. Evrope sleduet vospol'zovat'sya shansom, poka Kazahstan smotrit na zapad, <https://inosmi.ru/politic/20171101/240661784.html>
- TASS.ru, 2017. [“Foreign agents” in Russia and the United States - what are the similarities and differences. “]. «Inostrannyje agenty» v Rossii i SSHA – v chem skhodstva i razlichiya. <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4734299>
- Tsan-Kuo Chang, 1998. «All Countries Not Created Equal to Be News». <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365098025005004>
- Tsan-Kuo Chang, Jae-Won Lee, 1992. «Factors Affecting Gatekeepers' Selection of Foreign News: A National Survey of Newspaper Editors // Journalism & Mass Communication Quarterly (JMCQ); <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769909206900303>
- Ukaz Prezidenta RK ot 14 noyabrya 2011 goda «O Koncepcii informacionnoj bezopasnosti RK do 2016 goda» [On the Concept of Information Security of the Republic of Kazakhstan until 2016]. https://tengrineznews.kz/zakon/prezident_respublik_kazakhstan_kultupa/id-U1100000174/
- Vedran Obucina, 2017, [The bridge from Europe to Asia: Kazakhstan - a new diplomatic force?] Most iz Evropy v Aziyu: Kazakhstan – novaya diplomaticeskaya sila?». Advance. 07.11.2017. <https://inosmi.ru/politic/20171107/240695973.html>

МРНТИ 19.01

Оразбекова З.С.

PhD, Ассоц.профессор, Университет имени Сuleймана Демиреля,
Казахстан, г. Каскелен,
e-mail: zerainura67@mail.ru

СОЦИАЛЬНО-НРАВСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА КАЗАХСКОЙ ПОСЛЕВОЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Данная статья посвящена публицистике писателей-фронтовиков, не понаслышке знающих военные трудности. Их произведения, где главный акцент делается на нравственные качества героев, отличаются историзмом мышления. Для них характерны усиление связи, внутренней взаимозависимости психологизма и социальности, пристальное внимание к характеру, внутреннему миру человека. Вообще социально-нравственная проблематика еще долго будет привлекать внимание публицистов и исследователей, так как по-новому зазвучат произведения, посвященные всенародным подвигам, воспевающие героизм и отвагу простых солдат и офицеров, в том числе и тружеников тыла. И философская насыщенность, психологизм повествования приводили к тому, что писатели-публицисты обращались к жанру повести как субъективной форме повествования, так как это было время сорокалетних творцов, чье детство было опалено войной, их юношеские мечты были оборваны войной. Мир Шекспира и Льва Толстого, Гете и Маяковского, Пушкина и Драйзера был разрушен летним утром, когда пришло известие о начале войны. Социально-нравственная тематика в годы военных испытаний умело отображена в повестях А. Нурашахова «Старая тетрадь», в произведениях А. Шарипова, А. Абишева и др. У каждого из авторов – «своя» война, те картины, которые остались в детской памяти.

Ключевые слова: публицистика, социально-нравственная проблематика, СМИ, метасмысл.

Orazbekova Z.S.

PhD, Assoc. Professor, Suleyman Demirel University, Kazakhstan,
Kaskelen, e-mail: zerainura67@mail.ru

Socio-moral problems of Kazakh post-war journalism

This article is devoted to the journalism of front-line writers who have firsthand knowledge of military difficulties. Their works characterized by the internal interdependence of psychology and sociality, close attention to the character, the inner world of man.

In general, social and moral issues will attract the attention of publicists and researchers for a long time, because works on folk exploits, glorifying the heroism and courage of ordinary soldiers and officers, as well as workers in the rear, that is, ordinary people, will sound in new ways. And the philosophical richness of the narrative led to the fact that the publicists turned to the genre of the story as a subjective form of the narrative, their youthful dreams were cut short by the war. The world of Shakespeare and Tolstoy, Goethe and Mayakovsky, Pushkin and Dreiser was destroyed on a summer morning when the news of the beginning of the war came. Socio-moral themes during the years of military trials are skillfully displayed in Nurshaikhov's novels "The Old Notebook", in the works of Sharipov, etc. Each of the authors has his own war story, those pictures that remained in the children's memory.

Key words: Publicism, Socio-moral themes, media, meta sense.

Оразбекова З.С.

PhD, қауымд. профессор, Сүлеймен Демирел атындағы университет
Қазақстан, Қаскелен қ., e-mail: zerainura67@mail.ru

Қазақ әскери публицистикасындағы әлеуметтік құндылық мәселелері

Аталмыш мақалада сұрапыл соғыс және соңғы жылдарда әскери қындықтарды өз бастарынан өткізе білген майталман алдыңғы қатарлы қазақ публицистерінің шығармашылығы талқыға түседі. Олардың еңбектері психологияның және социализмнің ішкі тәуелділігі мен сипатына, адамның рухани ішкі әлеміне мұқият назар аударта алуымен қатар, әскери үрдістердегі әлеуметтік-моральдық тақырыптарды терең қозғайды. Жалпы алғанда, әлеуметтік және моральдық мәселелер публицистер мен зерттеушілердің назарынан әлі де ұзақ уақыттар бойына алыстамайтыны ҳақ, себебі, сұрапыл соғыс жылдарындағы қарапайым сарбаздар мен офицерлердің ерліктері мен батылдықтарын, сондай-ақ, артында қалған олардың қария әкелері мен шешелері, жұбайлары, яғни қарапайым адамдардың да тылдағы өмірлері жаңаша көзқараспен суреттеле бермек. Сонымен қатар, аталмыш публицистика әлеуметтік құндылық мәселелермен қоса тарихтың философиялық, байлығын, жанрын субъективтік пішін ретінде қабылдатуымен қатар, қаламгерлердің жастық армандарының мәжбүрлі түрде соғыспен қысқартылғандығын көрсетеді. Олардың киялындағы Шекспир мен Толстой, Гете мен Маяковский, Пушкин мен Драйзердің әлемдері сол бір жаздың басында соғыс басталған кездегі жойылғандай болған сәттер Нұршайықовтың «Ескі дәптер» романында, Шәріпов және т.б. көптеген публицистердің шығармаларында әрқайсысы өз шеберлігімен суреттеледі.

Түйін сөздер: публицистика, әлеуметтік-моральдық, тақырыптар, БАҚ, мета мағына.

Введение

В краткой энциклопедии слово «публицистика» определено как высший род журналистки, так как «...Она выделяется тем, что всегда исполнена полемики, спора, борьбы за новые идеи. С его <публициста> творчеством несовместимы робость и трафаретность мысли, иллюстративность и несамостоятельность взгляда» (*Краткая энциклопедия. http://en.wikipedia.org/wiki/Publicist*). Так вот произведения казахских публицистов, в числе которых трудится целый отряд писателей-фронтовиков, не понаслышке знающих военные трудности, отличаются историзмом мышления. Современная казахская публицистика – это публицистика сорокалетних, чье детство было опалено войной. Их произведения отличают историзм мышления. Для них характерны усиление связи, внутренней взаимозависимости психологизма и социальности, пристальное внимание к характеру, внутреннему миру человека. Философская насыщенность, психологизм повествования приводили к тому, что писатели-публицисты обращались к жанру повести как субъективной форме повествования. К примеру, через поступки определялась судьба героя – «контуженного Ауельбека» со слов Жанузаковой Жамили в рассказе «Төрт патшаны көрген кейуана» Дукенбая Досжана. Ответственность диктовала выбор. Личность проявлялась в поступках и действиях. Один из лучших прозаиков старшего поколения казахс-

ких писателей Азильхан Нуршаихов предварил повествование в повести «Старая тетрадь» эпиграфом из произведения М.Горького: «И самое умное, чего достиг человек, – это умение любить женщину, поклоняться ее красоте; от любви к женщине родилось все прекрасное на земле». Повесть о любви в военное время. О чистом чувстве, которому не дали расцвести. Смерть одного из героев на полях сражений повлекла за собой смерть героини. Автор избирает интересный прием. Повествование ведется от лица журналиста, командированного в колхоз «Аккайын» с целью написания очерка о знатном чабане, удостоенном звания Героя Социалистического Труда. Но случайная встреча с хозяйкой квартиры, пригласившей журналиста на noctleg, резко меняет его планы. С ее разрешения Ербол берет в руки дневник с пожелтевшими страницами, не подвело профессиональное чутье журналиста, подсказавшее, что это какой-то любопытный человеческий материал. Чтение было настолько захватывающим, что герой-рассказчик до рассвета не мог оторваться от страничек, хранящих историю жизни и судьбы двух молодых людей. Теперь уже дневник совмещает в себе функцию рассказчика и хранителя чужих секретов. Зарисовки быта в детском доме, знакомство с новенькой – Кабирой. Первая драка, чувство первой любви и нежности, стремление защитить ее, укрыть от всех невзгод взрослой, подчас несправедливой и жестокой жизни. Девочку окружили вниманием и заботой. И она

расправила крылышки. «В аккуратной, - пишет автор, – всегда чистой и ловко пригнанной детдомовской форме, с коротко подстриженными волосами, она выглядела совсем привлекательной девчонкой. Вечно заплаканные раньше глаза теперь лучились теплотою и лаской, и все чаще добрая улыбка трогала ее нежные розовые губки. Никто никогда не слышал от нее резкого слова, да и вообще она была не особенно разговорчивой – просто от нее исходили какие-то невидимые лучи сердечного тепла». Автор показывает процесс взросления героев. Они оканчивают школу, поступают в институт, строят планы на будущее. Любовь в повести казахского прозаика – одна из первооснов жизни, которая всегда связана с одним из вечных и неразрешимых вопросов – вопросом о смысле жизни. Метамыслы любви и счастья, человеческого достоинства, чести, предназначения на земле у каждого из читателей и героев повести свои, почертнутые из собственного опыта или прочитанных книг. «Можно убрать мусор с улиц – это дело нескольких часов, перестроить аул – с этим можно справиться за год, но душу человека изменить – сколько лет упорного труда нужно нам, учителям, чтобы очистить от мусора собственности и лжи души людей, чтобы зажечь в их сердцах лампочки добра и любви». Герои мечтали о путешествиях по странам Европы, о переводческой деятельности: «Побываем на родине Гете, Шиллера, Гейне, Гюго, Бальзака. Вот тогда мы поймем окончательно, что недаром изучали немецкий и французский. Узнаем их жизнь и расскажем о своей». Алькен уже увлекался переводами Гете, он перевел «Майские напевы» и посвятил его Кабире: «...Красавица, красавица! Все в тебе мне нравится. Что скажешь в ответ? Неужели – нет?» Но война вносит свои коррективы. И далее страницы дневника сменяются письмами с фронта. В первом письме из Алма-Аты от 3 августа 1941 года Алькен признается в том, что начал вести дневник еще в общежитии на улице Достоевского. Далее письма приходили 11 сентября, 25 октября, 3 ноября. 19 ноября 1941 пришла похоронка. Кабира ничего не знала о дневнике, но после гибели Алькена до последних дней своей недолгой жизни хранила тетрадь и передала ее сестре Сабире, которая отыскала ее в самом начале войны, страшной осенью 1941 года. Так дневник вместе с несколькими фронтовыми письмами попал в руки журналиста. Рассказ о судьбе двух персонажей заключен в страничках пожелтевшего от времени дневника. Дневник – источник информации. Он слов-

но поворачивает время вспять. Перед молодым журналистом встают картины прошлого, детство и юность героев проходят перед его глазами. Художественное видение жизни воплощено в конкретном произведении в контексте категорий нравственности. «Каковы убеждения писателя, таковы те чувства, которые он внушает читателю, потому что автору нужны не только талант, знания, живое воображение, но «ему надобно иметь и доброе, нежное сердце». Нередко писатель черпает сюжеты своих произведений из тех жизненных ситуаций, в которые попадал сам или свидетелем которых был. Прием дневникового повествования позволяет максимально приблизить довоенное и военное прошлое, внести личностные мотивы. Любовь к знаниям и чтению книг объединяла характеры Алькена и Кабиры. Алькен стал студентом филологического факультета, чтобы обучать детей грамоте. Перед Кабирой открывались перспективы. Она могла стать актрисой или инженером, учителем или ученым. Все ей давалось легко. Талант ее проявлялся во всем, за что бы ни бралась девушка. Но Кабира решила прививать молодежи любовь к технике, поступила на физико-математический факультет. Таким образом, в повести А. Нуршаихова переплетаются разные временные пласти: военное прошлое и настояще. Так хронотоп времени становится определяющим. Использует автор и прием сновидений. Накануне судьбоносного решения: идти добровольцем на фронт Алькен видит тяжелые сны. Горят дома, рушатся мосты, черные птицы летают по небу и резко пикируют вниз. И на фоне всего этого – плач детей. Затем картины сновидений сменялись. Палач накидывал Кабире петлю на шею и волок по земле к виселице. Юношеские мечты оборвала война. Мир Шекспира и Льва Толстого, Гете и Маяковского, Пушкина и Драйзера был разрушен летним утром, когда пришло известие о начале войны.

Основная часть

Тема героизма в годы военных испытаний художественно отражена в произведениях А.Шарипова, А.Абишева и др. У каждого из авторов – «своя» война, те картины, которые остались в детской памяти. Так, писатель-фронтовик Калмукан Исабай, по мнению Ш.Елеуkenова, не из тех, «кто искусственно подгоняет произведение под заранее намеченный канон. Истоки, на которых зиждутся его сочинения, самые надежные. Это либо пережитое им самим, либо добытая, словно из забоя шахты, архивная «руда». Например, то, что изображено в романе-дилогии

«Комендант», соткано из впечатлений 10-летнего пребывания на землях Германии. К военной прозе казахских писателей вполне применима мысль О.Бокеева о том, что в художественном произведении есть только одно единственное главное действующее лицо – писатель, то есть персонаж, несущий на себе мысли и цели, которые собирается утверждать. Писатель в повседневной жизни может сделать очень многое. Один из примеров: бывший комендант немецкого города Ильменау – полковник в отставке Калмукан Исабай добился того, что в Берлине, рядом с улицей Гете, есть теперь и улица Абая. Главные герои военных повестей и рассказов оказываются в сложной психологической ситуации, в ситуации выбора, от которого зависит нередко их дальнейшая судьба. В повести К.Найманбаева «Дорога на Аккент» Мейрам, отстаивая свои взгляды и идеалы, не боится оказаться сопротивление трем бандитам, которые случайно оказались его попутчиками. Для них нет ничего святого. Идеалы, нравственные критерии, порядочность, нравственность – для них несуществующие понятия. За ними ничего нет. Эти люди не имеют опоры. Им можно все. Симпатии автора на стороне Мейрама, вернувшегося с фронта инвалидом, но бережно отстаивающего свои принципы, готового ради них расстаться с жизнью. Вообще, перспектива смерти, финала жизненного пути, который может оборваться в любую минуту, придает повестям военной тематики остроту и напряженность сюжета. Повесть имеет кольцевую композицию. В начале и в конце повествования автор-рассказчик беседует с аксакалом, служителем музея, один из экспонатов которого – красный флаг. Узнав историю его появления на улицах Аккента, выслушав рассказ о бессстрашном поступке Мейрама, автор-рассказчик выступает в то же время в роли собеседника. Аксакал, хранитель музея, делает вывод о том, что у каждого поколения свои заботы и свои подвиги, своя борьба и свои враги. Нерушимы и незыблемы лишь нравственные идеалы. Аким Тарази в повести «Сарманкул» описывает войну как сказочное чудовище, в традициях устного народного творчества. Были у дракона свирепые, как львы пушки, и щелкающие зубами, как баба Яга, пулеметы, и множество ружей, посыпающих пулями, будто каленой пшеницей. Это трагическое повествование о кочевке аула, о снежном плена, в который попали жители, о гибели всего скота, о человеческой подлости и неблагодарности. В лучших фольклорных традициях обрисован характер главного героя – Сарманкула,

спасающего аул от голодной смерти во время путешествия его в Кашгарию. «Сарманкул потерял разум от страха за людей». Под накрывшей аул лавиной погиб весь скот, из ледяного плена сумели вызволить полуживыми лишь двух жеребцов и чалую. Дед Сарманкул выполняет в повести роль рассказчика, он постоянно повествует о том, что происходило с аулом, с его родными. У него своя жизненная философия и свое жизненное кредо: «Человек, содеявший зло безнаказанно, обязательно получит страшное возмездие». Народная мудрость отразилась в его психологии: «И что мне делать с этим проклятым богом человеком? Что мне делать с ним? И почему это я должен так унижать себя из-за него?! А? Становиться убийцей я должен?.. Нет, не уроню я себя до этого поступка. Нет... А он – пусть живет таким! Пускай себе ходит...» (Оразбекова З.С., 2009).

Для современных произведений казахской литературы характерно богатство стилевых интонаций, большая зрелость и историзм в осмыслении национального прошлого через углубление самопознания личности, полифоническое видение мира. Мифологический способ освоения мира стал одним из творческих методов отображения действительности. Великая Отечественная война тоже становится частью истории, но эта страшная война коснулась всех и принесла много горя в каждую семью. Ведя поиски о пропавшем без вести деде – Бакирове Жапбаре (брать отца), в Базе данных «Забытый полк» мы (на сегодня) получили вот такую информацию:

Бакиров Жапбар (Джабар)	
Источник информации:	Запрос посетителя
Фамилия:	Бакиров
Имя:	Жапбар (Джабар)
Дата рождения:	1919.00.00
Республика: Область:	Казахстан
Район:	Южно-Казахстанская область
Деревня:	Туркестанский район
	Черннак
Воинское звание:	Красноармеец
Должность:	Стрелок
Номер воинской части:	214
Военкомат:	Яныкурганский военкомат Кызылординской области
Последний номер полевой почты:	0
Исторический период:	Вторая мировая война
Дата гибели:	1942-12-00

Место выбытия:	Оборона перевалов Донгуз-Орун и Бечо, горы Эльбрус
Место захоронения:	Неизвестно
Статус:	Пропал без вести...
<i>(База данных: «Забытый полк», 8- http://polk.ru/baza-dannuykh)</i>	

Очень тяжелыми последствиями Второй мировой войны явились общие людские потери как гражданского населения, так и военнослужащих. По результатам исследований, они оцениваются в 26,6 млн человек. И в этой статистике не учтены количество советских военнопленных, оказавшихся в фашистских застенках в годы ВОВ. По данным международного информационного агентства КАЗИНФОРМ (от 29.03.2012 г.), количество советских военнопленных, оказавшихся в фашистских застенках в годы ВОВ, до сих пор точно неизвестно. По оценкам, узников было около 7 млн. Оказывается, точного учета военнопленных не вели ни советские органы, ни сами немцы, особенно в начале войны. Только на территории Украины было создано более 180 лагерей для военнопленных, где безжалостно уничтожали людей, среди которых были не просто пленные, но и раненые военнопленные. В большом списке этих концлагерей нечеловеческими условиями содержания были известны Дарницкий и Сырецкий лагеря в Киеве, Богунский под Житомиром, «Цитадель» во Львове, «Уманская яма» в Черкасской области, «Хорольская яма» на Полтавщине, «Гроссзлазарет» близ г. Славута. По фактам Л. Легасовой, замдиректора по научной работе мемориального комплекса «Нацмузей истории ВОВ 1941-1945 гг.» (г. Киев), нацисты старательно маскировались захоронения: закапывались трупы в несколько пластов, выравнивались места захоронений бульдозерами, сажались деревья, прокладывались дорожки, разбивались клумбы, в местах, где невозможно было скрыть захоронения, указывалось значительно меньшее количество фамилий, исключалось любое сопротивление. У многих тел из массовых захоронений в дыхательных путях был обнаружен песок, то есть живых еще людей закапывали вместе с трупами. Там любые записи строго запрещались, а нарушения наказывались смертью. Оказывается, несмотря на это, все же в лагере тайно самими узниками велись книги – списки умерших, их три. А они велись для того, чтобы родные знали об их судьбе, чтобы Родина не считала их предателями. Там были представите-

ли разных национальностей: русские, украинцы, татары, буряты, в том числе 693 воина, ушедших на фронт из Казахстана. Л.Легасова с сожалением сообщает, что исследовательская работа по ним из-за различных субъективных и объективных причин началась только в 90-х годах, и лишь в 2012 г. констатировалось завершение создания базы данных (*Капица П., 1985*). При содействии зампредседателя общественного объединения Казахстана «Союз инвалидов и ветеранов войны в Афганистане» генерал-майора М. МАРДЕНОВА были получены списки казахстанских военнопленных одного только «Гроссзлазарета». И там нашлись записи о *Байзакове Жумаби* со следующими данными: «*Казах, 1906, Чимкентская область, Туркестанский р-н, с. Орошган (?), 18.07.1942, 60537, 46*». Предполагаем, что это сын видного поэта казахской литературы Мусабека Байзакулы, который в народе был известен как «Молда Муса». В годы обучения в Карнакском медресе молодому Мусабеку титул *Молда* присвоил Аймухаммад ходжа, более известный под псевдонимом Козы дамылла или Козы Туркистани. До большевистской революции Карнак был одним из религиозных и образовательных центров, игравших особую роль в проникновении ислама в регион, где также получили религиозное образование такие известные лица, как Балмагамбет Балкыбайулы (Сарымолда), акын Шортанбай Канайулы (1818-1881) и поэт Машхур Жусуп Копейулы (1858-1931) и т.д. Произведения Молда Мусы, хоть и попали в поле зрения таких ученых, как О.Турманжанов, М.Ауезов, Р.Бердибаев и т.д. еще в 30-е годы XX в., но долгое время оставались незамеченными. Тому имеются свои причины. Главная причина – в классовом подходе к оценке литературы, особенно наследия прошлого, в советское время. Исследователи, замечая в тексте художественного произведения слова «кожа», «мулла», «торе», предпочитали не связываться с такими авторами, поскольку считали их пропагандистами правящих классов или религии. Говоря о концепте «мулла», хочется отметить, что этот термин в советское время сослужил недобрую службу для многих adeptov мусульманства, а также ученых, к чьим именам прибавлялся титул «мулла», подчеркивающий глубокую духовность, мудрость, всесторонние таланты. Исследователи же их творчества, философии, просветительской деятельности боялись их титолов и духовной образованности (*Оразбекова З.С., 2006*). В связи с чем многие имена, в том числе и Молда Муса Байзакулы, были почти незаслуженно забыты.

Так вот, после частых и тяжелых потерь детей, и уже далеко не в молодом возрасте М.Байзакулы становится отцом долгожданного мальчика и, из-за чего и прозвал сына Уксикбаем (Өксікбай). Этимология этого имени близка к казахским словам: *вымоленный, выпрошенный*. Возможно, что Уксикбай – это и есть Жумаби по паспорту, так как, *Джумада аль-ўля* (араб. جمادا الْأُولى) – пятый месяц мусульманского календаря, а Молда Муса Байзакулы был духовно образован и, вполне мог дать ему такое имя. Мы, с сожалением осознаем, что еще многое не исследовано, еще многое – не найдено... Утешает одно – мы на верном пути.

Заключение

Широкое освещение герои ВОВ получили в казахской публицистике, в произведениях Джамбула, Мухтара Ауэзова, Сабита Муканова, Габита Мусрепова, Габибена Мустафина, Абдильды Тажибаева, Дмитрия Онегина, Павла Кузнецова и др. Со страниц их произведений встают яркие картины подвигов народа, его мужества, бесстрашия, самоотверженности. Звучат пламенные стихи, заставляющие сильнее биться человеческие сердца. Не боясь повториться, хочется подчеркнуть, что с неослабевающим интересом читаются книги-воспоминания активных участников партизанского движения в тылу врага «Казакстандық партизандар» (Алма-Ата, 1960), воспоминания Т.Жангельдина «Дневник партизана» (Алма-Ата, 1965), Касыма Кайсенова «Из когтей смерти» (М., 1962), «Партизанскими тропами» (Алма-Ата, 1965), воспоминания А.Шарипова «Дочь партизана» (Алма-Ата, 1963)

и другие. В этих книгах дается яркая характеристика сложной и трудной обстановки борьбы в тылу врага, изумительной выдержки и геройства советских людей, их интернациональных, братских связей. А также ценный вклад в изучение участия трудящихся нашей республики в ВОВ внесли сами участники великих событий. Мы имеем в виду книги и фронтовые воспоминания Бауржана Момышулы «За нами Москва» (Алма-Ата, 1962), «Записки офицера» (Москва, 1988), «Фронтовые встречи» (М., 1962), «Генерал Панфилов» (Алма-Ата, 1963) и др.; Сборник воспоминаний «Народный генерал», «Панфиловцы о Панфилове» (Алма-Ата, 1963), книги-воспоминания дважды Героев Советского Союза Т.Я. Бегельдина, С.Д. Луганского, фронтовые очерки «О друзьях-товарищах» М.Габдулина (Алма-Ата, 1961), книгу Н.Шахова «Казахстанцы – защитники Брестской крепости» (Алма-Ата, 1964) и др. Вместе с тем, и в СМИ активно освещалась данная тематика (Момышулы Б., 1988). К примеру, ряд статей об участии казахстанцев в Отечественной войне был опубликован в партийных изданиях, в «Известиях» и «Трудах», издававшихся Академией наук Казахской ССР, в «Ученых записках» Казгосуниверситета и других изданиях А.Н. Нусупбековым, Г.А. Абишевым, П.С. Беланом, Т.Б.Балакаевым, Н. Едыгеновым, Н.Н. Даулбаевым, Ж.Лукпановой и другими.

Социально-нравственная проблематика еще долго будет привлекать внимание публицистов и исследователей, так как по-новому зазвучат произведения, посвященные всенародным подвигам, воспевающие геройство и отвагу простых солдат и офицеров, в том числе и тружеников тыла.

Литература

- Рамазашвили Г. Военная литература без права на документализм // Вопросы литературы. – 2005. – №3. – С.122.
 Гегузин Я. // Будни тылового фронта. – 1980. – № 5.
 Капица П. // О роли науки в Отечественной войне. – 1985. – № 5.
 Казахстанская историография ВОВ // <https://ikaz.info/kazahstanskaya-istoriografiya>
 Момышулы Б. «За нами Москва: Записки офицера». – М., 1988. – 256 с.
 База «Тарих» – <http://www.tarikh-begalinka.kz/ru/history/war/fiction/>
 Оразбекова З. Военная тематика в казахской прозе 90-х гг. XX в.// Научн. симпозиум,. – Алматы, 2.
 База «Забытый полк» – <http://polk.ru/baza-dannykh-polkru/>
 Оразбекова З.С. Историзм мышления в казахской прозе 90-х годов XX века // Международная конференция. – Караганда, 2009.
 Краткая энциклопедия. http://penedicomenc_sovetIronija/20800

References

- Ramazashvili G. Voiennaya literatura bez prava na dokumentalizm [Military literature without the right to documentary] // Voprosy literatury, 2005. – № 3. – С. 122.

- Geguzin Ya. – Budni tylovogo fronta [Weekdays of the rear front]. – 1980. – № 5.
- Kapitsa P. O roli nauki v Otechestvennoi voine [On the role of science in Patriotic War]. – 1985. – No. 5.
- Kazakhstanskaya istoriografya VOV [Kazakhstan historiography of the Great Patriotic War] \ <https://ikaz.info/kazahstanskaya-istoriografiya-velikoj-otechestvennoj-vojny/>
- Momyshuly B. «Za name Moskva: Zapiski ofitsera» [“Moscow Behind Us: Notes of an Officer”]. – M., 1988. – 256 p.
- Baza “Taryh” [Base “History”] - <http://www.tarih-begalinka.kz/ru/history/war/fiction/>
- Orazbekova Z.S. Voyennaya tematika v kazakhskoi proze 90-h gg. XX-v. [Military themes in the Kazakh prose of the 90s. XX-B.] // Scientific symposium. – Almaty, 2006.
- Baza «Zabytyi polk» [Base “Forgotten Regiment”] <http://polk.ru/baza-dannykh-polkru/> 9. Orazbekova Z.S. Istorizm myshlenya v kazakhskoy proze 90-h godov XX v. [Historical thinking in Kazakh prose of the 90s of the XX century] / International conference, Karaganda, 2009g
- Kratkaya enciklopediya [Short Encyclopedia] // httpencdiccomenc_sovetIronija20800

FTAMP 19.21.07

***Губашева Д.Т., Жетпісбаева М.С., Шакенова А.М.**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Қазақстан, Алматы қ.

*E-mail: Dariga.79_97@mail.ru

ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫСТАҒЫ КОММУНИКАЦИЯ ЖӘНЕ БАҚ,

Қоғаммен байланыс қызметін коммуникация үдерісінсіз елестету киын, ал БАҚ осы үдерісті жүзеге асыратын басты құрал болып есептеледі. Демек, бұқаралық ақпарат құралдарымен ынтымақтастық байланыс орнату PR-дағы маңызды мәселелердің бірі. Сол себепті, осы тақырыпта қоғаммен байланыс саласындағы коммуникация үрдісі, оның ішінде PR-дың БАҚ-пен байланысы мен коммуникация арналары жөнінде сөз қозғалған.

Мақалада қоғаммен байланыс пен БАҚ, байланысын және осы қарым-қатынас барысында ақпаратты қолдануын зерттеп, екеуінің маңызды тұстарын айқындау көзделген. Қоғаммен байланыс және БАҚ арасындағы байланыстың басты дәнекері – ақпарат. Сол себепті, мақалада ақпаратты басқарудың тиімді жолдары, оны іріктеу критерийлері мен оның уақытқа тәуелділігі, жаңалықтық сипаты, т.б. туралы баяндалған. Медиарилейшнз байланысына қатысатын PR-мамандары мен БАҚ өкілдерінің ұқсастығы мен айырмашылықтары, сонымен бірге, олардың өзара ынтымақтастық орнатып, қарым-қатынастарын жақсарту жолдары ресейлік ғалымдардың зерттеуіне негізделген осы мақаланың басты бөлігін құрайды. Мақалада баяндалған мәліметтер негізінде қоғаммен байланыс мамандары БАҚ-пен жұмыс барысында не нәрсеге көніл бөлу қажет екенін, ақпаратты ұтымды қолдану жолдарын және оған кедергі болуы мүмкін факторларды, БАҚ-пен байланыс орнату маңыздылығын түсіне алады. Мақалада жүргізілген анализ бойынша, маркетингтік коммуникация үғымы, қоғаммен байланыстың тауарды жылжыту қызметінің түсінігі айқындалды. Сондай-ақ, медиарилейшнзегі тиімді коммуникация негіздері және маңыздылығы түжірымдалып, бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс істеу саясаты мен ақпаратты дұрыс қолдану жолдары анықталған.

Түйін сөздер: қоғаммен байланыс, медиарилейшнз, БАҚ-пен байланыс, коммуникация, ақпаратты басқару, журналист, PR-акпарат, медиарилейшнз пішіндері.

*Gubasheva D.T., Zhetpisbaeva M.S., Shakenova A.M.

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

Communication of public relation and media

It is difficult to imagine the public relations without the communication process, and mass media are the main tools that carry out this process. Therefore, cooperation with mass media is one of the most important issues in PR. For this reason, communication in public relations, including links to PR with the media and communication channels the issue was discussed on this subject.

The article examines the relationships between public relations and the media and the use of this information in the communication, identifying the most important tasks of both. The main link between public relations and media is information. Therefore, the article provides an effective way to manage information, its selection criteria and time dependence, novelty character more described in detail. Similarity and differences of PR specialists and media representatives that participated in the media convention, as well as ways to improve their cooperation and relationship is the main part of this article that based on Russian scientists' research. Based on the information presented in the article, public relations professionals understand the importance of paying attention to what they are working on with the media, the ways in which they can be used effectively, and the factors that may hinder them, and the importance of connecting with the media. According to the analysis made in the article concept of marketing communications, promotion products in public relations the concept has been defined. Also formulated the

basis of effective communication in the media relations and its importance, how to handle media and how to use the information correctly.

Key words: Public Relations, media relations, interaction with the media, communication, information management, journalist, PR-information, forms of media relations.

*Губашева Д.Т., Жетписбаева М.С., Шакенова А.М.

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

Коммуникация в связях с общественностью и СМИ

Трудно представить связь с общественностью без коммуникационного процесса, а средства массовой информации являются основными инструментами, которые осуществляют этот процесс. Это означает, что сотрудничество со средствами массовой информации является одной из наиболее важных задач в PR. Поэтому в статье обсуждаются процессы коммуникации в сфере связей с общественностью, включая отношения PR и СМИ, также коммуникационные каналы этих отношений.

Статья направлена на исследование отношения СМИ и СО, использование информации и на определение ключевых деталей в данных процессах. Основное связующее звено между связями с общественностью и средствами массовой информации - это информация. Таким образом, в статье подробно описываются эффективные способы управления информацией, критерии информационного отбора, зависимость от времени, новизны и т.д. Сходство и различия специалистов по связям с общественностью и представителей СМИ, участвующих в медиарелейшнз, также их взаимное сотрудничество, пути улучшения отношений являются базовой частью статьи, опирающейся на труды российских ученых. На основании информации, представленной в статье, специалисты по связям с общественностью смогут узнать, на что нужно обратить внимание во время работы со СМИ, важность установления контактов с ними и определить способы эффективного использования информации, факторы, которые могут помешать этому процессу. Согласно проведенному анализу были определены понятия маркетинговой коммуникации и концепции продвижения товаров в связях с общественностью. В статье также определяются основы и важность эффективной коммуникации в средствах массовой информации, даются знания о правильном использовании информационной политики в средствах массовой информации.

Ключевые слова: связь с общественностью, медиарелейшнз, взаимодействие со СМИ, коммуникация, управление информацией, журналист, PR-информация, формы медиарелейшнз.

Kіріспе

Қоғаммен байланыстағы коммуникациянын елеулі бөлігі БАҚ арқылы орнатылады. Бұқаралық ақпарат құралдары жүртшылық пен PR-мамандарының арасындағы ақпарат таратушы, дәнекер рөлін атқарады. PR-дың БАҚ арқылы ақпарат тарату үрдісі пресс-релиз, пресс-конференция сынды т.б. шараларға негізделеді. Негізінен, PR-маманы осы құралдар арқылы қажетті ақпаратты БАҚ өкілдеріне ұсынады, кейіннен БАҚ ол ақпаратты өндеп жүртшылықта жария қылады. Алайда, көпшілік арасында бұл таратылатын ақпарат үшін PR-мамандары тарапынан белгілі мөлшерде төлемекі төленіп, журналистер қауымына «тапсырыс» ретінде беріледі деген қате пікір қалыптасқан. Сол себепті, «Қоғаммен байланыстағы коммуникация және БАҚ» мақаласында PR-дың БАҚ-пен байланысы мен коммуникация арналары, ақпаратты тиімді пайдалану жолдары зерттелген. Мақалада айтылатын коммуникация арналарының екеуі де БАҚ-пен байланыс орнатуда маңызды. Себебі,

бірі – ақпаратты жүртшылыққа жеткізуде көмектессе, екіншісі – ақпараттық тәуекелді азайтуда үлесін қосады. БАҚ-қа ұсынылып отырған ақпарат та PR-қызметімен қадағаланып отыру керек, егер ақпаратты басқарып отырмаса ол дағдарыс жағдайын туғызы да мүмкін.

Қоғаммен байланыс және БАҚ-ка байланысты тақырыптарда қазақ тілді әдебиеттердің көбісінде тек жарнама немесе саяси коммуникация туралы сөз қозғалып жатады. Бұдан шетелдік елдерде қоғаммен байланыс саласы жан-жақты зерттеліп, бұл мамандықты терең игеріліп жатса, еліміз үшін ол әлі де көп жеріне қозғау салынбаған, зерттеу мен шетелдік әріптестермен тәжірибе алмасуды қажет ететінін анғаруға болады. Сол себепті, тақырыпты зерттеу барысында шетелдік ғалымдар мен профессорлардың еңбектері мен электронды ресурстары көбірек қолданылып, теоретикалық зерттеудің аксиоматикалық, талдау әдістері жүргізілді.

Мақаланың негізгі мақсаты – қоғаммен байланыс қызметіндегі бұқаралық ақпарат құралдарының елеулі орнын және ақпаратты

дұрыс беру маңыздылығын айқындау. Сонымен қатар, БАҚ-пен жұмыс кезінде назар аудару қажет тұстарын баяндап, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүртшылықпен коммуникация орнату барысындағы ақпаратты қолдану тәсілдері, оны беру пішіндері, БАҚ өкілдерімен жұмыс істеу негіздерін талдау, қоғаммен байланыс мамандары үшін коммуникацияның оңтайлы жолын көрсету көзделген.

Мақаланың зерттеу объектісі – қоғаммен байланыс маманы мен БАҚ арасындағы байланыс үрдісі. Пәні – PR мен БАҚ байланысы кезіндегі екі тараптың іс-әрекеті, журналист пен PR-маманы қызметінің үқастығы мен айырмашылығы.

Материал және әдіс

Тақырыпты зерттеу барысында ресейлік авторлардың оку құралдары, қоғаммен байланыс саласын менгерушілерге арналған ағылшын тілді интернет ресурстар, оның ішінде сайттарда жарияланған зерттеулерге талдау жүргізді. Аталған материалдарды пайдалана отырып, қоғаммен байланыстағы БАҚ-пен коммуникациясына қатысты бірқатар ұғымдар логикалық түрғыдан түжірымдалды. Оның ішінде маркетингтік коммуникация, ақпаратты басқару, БАҚ-пен қарым-қатынасты жақсартуға әсер ететін факторлар, қоғаммен байланыс мамандары ұстанатын ережелер т.б. анықталған.

Зерттеу барысында «Қоғаммен байланыс қызметі және БАҚ арасындағы байланыс қалай жүзеге асады?» деген сауалға жауап іздестірілген. Яғни, PR мен БАҚ арасындағы коммуникация (жарнамадан бөлеқ) үдерістері және оның ерекшеліктерін анықтау мәселелері шешілді. Мақала зерттеудің теориялық деңгейінде жазылды. Теориялық зерттеу барысында аксиоматикалық, талдау т.б. әдістер пайдаланып, БАҚ-пен қоғаммен байланыс арақатынасының ішкі құрылымы мен жүйесінің даму зандаулықтарының көрінісі ашылған. Мақалада түжірымдалған негізгі гипотеза «Қоғаммен байланыс қызметінің тиімділігі, оның БАҚ-ка ұсынған ақпаратына тікелей байланысты» дегенге саяды. Яғни, PR-маманы ақпаратты жайғана БАҚ-ка беріп қоймай, ол ақпаратты қажетті пішінінде бере білгені дұрыс.

Әдеби шолу

Берілген зерттеу тақырыбына ең жақын жұмыс «Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз» еңбегі (Гундарин М. В., 2007). Ресейлік автордың оку құралы бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді қарым-қатынас жүйесінің негізгі аспектіле-

рін қамтиды. Баспасөз қызметінің жұмысын үйымдастыру, бұқаралық ақпарат құралдарына арналған іс-шараларды үйымдастыру және жүргізу, медиа-құжаттарды тиімді пайдалану сияқты қоғаммен байланыс саласына қатысты мәселелерді қозгайды. Келесі елеулі әдебиеттердің бірі А.В. Кочеткова «Теория и практика связей с общественностью» еңбегі. Ол қоғаммен байланыстың қалыптасуы мен дамуы және оның құрал-жабдықтарының мәселеіне бағытталған. Әсіресе, үшінші тарауы біздің зерттеуімізге сай келуде. Онда БАҚ-пен қарым-қатынас орнатып, сақтауға бағытталған шаралар жөнінде сөз қозғалады. Сонымен қатар, Б. Лозовский, А. Шумович, Г. Тульчинский сынды авторлардың қоғаммен байланыс саласындағы коммуникациялық менеджмент туралы еңбектері пайдаланылды. Оливия Фуллердің «Public relations and media relations: what's the difference?» мақаласы, Шри.Н. Паланиаппан мен Шри А.М. Рамачандраның оку құралдары арқылы БАҚ-тың қоғаммен байланыстағы рөлі мен БАҚ-пен байланысты нығайта түсетін хабардың қандай критерийлерге сай келетіні айқындалды. *Advertology.ru, studbooks.net* сынды ресейлік, *baribar.kz* сынды білім алушы, ізденушілерге арналған қазақ тілді электронды ресурстар, *prnewsonline.com, publicrelationssydney.com*. және т.б. шетелдік сайттардағы мәліметтер қолданылды. Бұл сайттарда қоғаммен байланыс және оның бір құралы ретінде қабылданатын медиарилейшнз туралы, PR-дағы байланыс менеджменті туралы баяндалып, журналистермен тіл табысу, ақпараттық серіктестікті ұйымдастыру туралы PR-маманына қажетті нұсқаулықтар берілген.

Нәтиже мен түжірымдар

Қоғаммен байланыс қызметінің ең алғашқы мақсаты – тауар не қызмет туралы ақпарат тарату, оларды алдыға жылжыту, ұйым имиджін қалыптастыру бағытында жұмыс жасау екені анық. Бұл қызметін жүзеге асыруда оған бұқаралық ақпарат құралдары көмектеседі. Нактырақ айтқанда, БАҚ-пен ынтымақтастық коммуникациясы оң үлесін қосады. Коммуникация қалай жүзеге асатынын анықтау үшін оның үш қадамын айқындағы. Олар: 1) Хабарлама жіберу; 2) Хабарламаны қабылдау; 3) Байланыс орнату. Алғашқысында қоғаммен байланыс маманы хабарламаны БАҚ өкіліне жіберсе, екінші кезеңде БАҚ өкілі оны қабылдап, түсініу керек. Ал, үшінші қадамда хабарламаны қабылдап, дұрыс түсінген БАҚ өкілі қоғаммен байланыс маманына жауап қатып, не өз пікірін білдіріп, кері байланыс орнатады. Егер осы ке-

рі байланыс орнатылмаса, study.com сайтындағы мәлімет бойынша коммуникация тоқтап, үдеріс жүзеге аспай қалған болады (*study.com*). Демек, жіберілетін хабарлама журналист қауымының қабылдауына женіл, анық әрі түсінікті болуы қажет.

Қоғаммен байланыс БАҚ арқылы байланыс орнатқанда коммуникацияның «жеке емес» арналары қолданылады. Себебі, БАҚ-тың өзі бұқаралық арна болып табылады. Бұл БАҚ-қа берілетін ақпараттың тек бір тарафқа бағытталуы үлкен қателік екенін аңғартады. БАҚ-пен қарым-қатынастың қалыптасуы жағымды да, жағымсыз да әсер беруі мүмкін. Оң әсерді қамтамасыз ету үшін ақпарат басқарудың ақпарат ағынын қалыптастыру, ақпарат ағымын сегменттеу, ақпараттық серіктестікті қалыптастыру кезеңдерін қамту қажет. Сонымен қатар, ақпаратты басқару кезінде оның жаңалықтық сипатының маңыздылығы мен уақытқа тәуелділігін ескерген жөн. Уақыт өткен сайын ақпарат жаңалықтық сипатынан айырылып, өзектілігін жоғалтуы мүмкін. Егер ақпарат жаңалыққа сай келмей қалса, оны жана қырынан көрсету немесе басқа оқиға, атақты тұлғамен байланыстыру арқылы жаңалық жасауға болады.

БАҚ-пен байланыс орнатып, оны дамытумен, яғни жақсартумен медиарилейшнз айналысады. Медиарилейшнз қоғаммен байланыстың БАҚ арқылы ақпарат тарататын үзіксіз жүйесі ретінде қарастырылады. Онын «БАҚ күні», «Галстук-сиз кездесу», «Ақпараттық демеушілік», «Кәсіби мерекелер» сынды алуан түрлі пішіндері бар. Жалпы, медиарилейшнз БАҚ және PR бейнесіндегі екі обьекттің қарым-қатынасын сипаттайты. Бұл байланыска қобінесе PR-маманы және БАҚ өкілі, яғни журналист қатысады. Достасу үшін де, қақтығыс туындауы үшін де екі маманың ұқсастығы мен айырмашылығы жеткілікті. Ұқсастығы көпжағдайда ақпаратпен жұмыс істеп, сол ақпарат арқылы жұртшылықпен байланыска түсетіндігінде. Айырмашылықтарына келер болсақ, оларды мақсаттарына назар аударғанда байқаймыз. Журналист қобінесе сенсацияға жақын, ал қоғаммен байланыс маманы ұйым мүддесін қорғап, ол туралы жағымды ақпаратты таратуға бейім. Яғни, ұйым беделін арттыру бағытындағы ақпаратпен жұмыс жасайды. Дегенмен, екеуіне ынтымақтастық орнатып, бірін-бірі түсінуге мүмкіндік бар. Ол үшін қоғаммен байланыс жөніндегі маман мүдделі. Сол себепті, ол ұйымға қатысты ақпараттардың журналистер үшін қолжетімді болуын қамтамасыз ету қажет. Сонымен қатар, ол ақпараттың шынайылығын,

ақиқаттығын тексеріп отырған жөн. Дегенмен, ақпаратпен қамтамасыз етуге ашық болу, БАҚ өкілдерін қажетсіз мәліметтер «астына алу» дегенді білдірмейді. Мысалы, оқиға маңыздылығына, БАҚ бағытына қарамастан пресс-релиздерді жібере беру БАҚ өкілінің наразылығын тудыру мүмкін. Ондай қателіктердің алдын алуға Google Search сынды құралдар көмектеседі. PR-мамандарының наразылығына келсек, ол көбінесе журналист қауымы жағымсыз әсер қалдыратын ақпарат жариялаганда туынрайды.

Осыдан нәтиже шығарар болсақ, қоғаммен байланыс қызметінің ең үлкен бөлігін алып, ең жоғары маңыздылыққа ие үдеріс ол – коммуникация, ал құралдардың ішінде ол – БАҚ екенін аңғарамыз. Қоғаммен байланыс жөніндегі маманың әр қадамы коммуникация үдерісіне келіп тіреледі. Оның қызметінің нәтижелігі БАҚ-пен қарым-қатынасына байланысты болады. Сол себепті, PR-маманына БАҚ-ты қажетті ақпаратпен қамтамасыз етудің барлық жолдарын қарастыру қажет. Егер, БАҚ-пен сыйластық қарым-қатынас орнатылып, оған ақпаратпен бөлісуге ашықтық көрсетілсе және ол ақпарат шынымен жоғарғы маңыздылыққа ие болса, журналист дұрыс ақпаратты жариялад, PR-маманы екі тарафтың айтарлықтай айырмашылықтарына қарамастан журналист сениміне кіреді.

Корытынды тұжырымдар

Корытындылай келе біз келесі тұжырымдарға келе аламыз:

1) Қоғаммен байланыс саласындағы кезкелген үдеріс коммуникация арқылы жүзеге асады. Оның ішіндегі ең үлкен бөлікті БАҚ-пен байланыс, яғни медиарилейшнз қамтиды.

2) БАҚ-пен байланыс арқылы үйім беделін арттыру мақсатында ақпаратты басқаруды менгеріп, оны үзіксіз жүзеге асыру қажет. Бұл орайда жарияланатын ақпарат үшін төлем ақы толеу қажет екенін, оның орнына қажетті ақпаратты, дұрыс бере білу маңызды екенін естен шығармаған жөн.

3) БАҚ-пен байланыстың нәтижелігі ең алдымен PR-маманына тікелей байланысты. Екі тарафтың қарым-қатынасы жағымды не жағымсыз реңге болалуы қоғаммен байланыс жөніндегі маманға тәуелді.

4) PR және БАҚ өкілдерінің қарым-қатынасындағы қақтығыстардың алдын алуына «акпаратты жүршылыққа жеткізу» мақсатына бағытталуы септігін тигізеді. Яғни, екі тараф ең алдымен осы мақсатты қөздесе қызметі де өнімді, арақатынасы да жағымды күйге кенеледі.

5) Қоғаммен байланыс жөніндегі маман ес-
керу қажет ең маңызды нәрселер:

– Ұйымның мықты беделі БАҚ жарияланы-
мына әсер етеді;

– БАҚ-пен байланыста ашықтық принципін
ұстану қажет, журналист қауымына ақпарат алу
жолын салып, оны женілдеткен жөн;

– БАҚ-қа берілетін ақпаратты өз уақытымен
беру қажет. Сонда журналистиң шектелген уақыты,
акпараттың жаңалықтық сипаты ескеріліп,
акпараттың нәтижелігі қамтамасыз етіледі;

– Бақпен байланыс кезінде медиарилешнізтің
әртүрлі пішіндерін пайдалану БАҚ сенімін арт-
тырады;

– Ресми емес байланыстың да қажеттілігін
ескерген жөн. БАҚ қоғаммен байланыс жөніндегі
хабарламаны көпшілік бұқараға жеткізуі,
дәнекер. Осы жерде бұқарамен орнатылатын
байланыс ресми болса, журналистпен бейресми
байланыс орнату PR-маманы үшін пайдалы, әрі
мүмкін. Бейресми қарым-қатынас тұлғааралық
сенімділік пен тартымдылықты арттырады.

Негізгі бөлім

Сапалы тауар және жоғарғы деңгейлі қызы-
метке ие болу сатылымды арттырып, ұйым дең-
гейін көтеру үшін жеткіліксіз. Себебі, айтылып
отырған тауар және қызметтің бар екенін,
олардың пайдалы, тиімді екенін тұтынушыларға
жеткізе білу керек. Осы ойды жеткізу үшін ком-
муникация пайдаланылады және коммуникация-
ның бұл түрін «маркетингтік коммуникация» деп
атайды. *Baribar.kz* сайтындағы мәлімет бойынша,
«Маркетингтік коммуникация – тұтынушыларға
ықпал ету мақсатында тауарлар мен көрсетіле-
тін қызметтерге сұранысты қалыптастыру мен
ынталандыруға бағытталған шаралар жүйесі.
Экономикалық әдебиеттерде маркетингтік ком-
муникация ұғымының «тауарды жылжыту» де-
ген синонимі жіе кездеседі». Аталмыш марке-
тингтік коммуникацияның бір бөлігі сынды
қоғаммен байланыс та «тауарды жылжыту»
функциясын атқарады.

Коммуникация тиімді қоғаммен байланыс
қызметінде маңызды рөл атқарады. Тараптар
арасындағы екіжақты байланыстың маңызы
зор, ақпарат жүртшылық пен ұйымға қолайлы
жағдайда және пішінде берілуі керек. Комму-
никация үрдісінің өзі ұйымның имиджіне тіке-
лей әсер етеді. Ол коммуникация БАҚ-пен не
өзге обьектпен орындалуына байланысты емес
(*Кочеткова А. және т.б., 2007*).

Тиімді байланыс жеке немесе топтар арасында
тиімді ақпарат ағынын қамтамасыз ету үшін кез-

келген саладағы бизнес үшін маңызды. Ақпарат
ағынын басқару қоғамдық қатынастардағы
табыстың кілті болып табылады. Анық, дұрыс
және ағымдағы ақпаратты жеткіzetін мәлімет-
термен бөлісу керек. Сонымен, ақпарат ағыны
қалай басқарылады және бағытталады? Барлығы
тиімді қарым-қатынастан басталады. Байланыс-
тың тиімді екеніне көз жеткізу үшін негізгі ком-
муникация процесін түсіну қажет. Ол келесі
қадамдар арқылы жүзеге асады:

1. Жіберуші хабарлама жібереді.

Жіберуші ретінде алдымен хабарламаның
анық екендігіне сенімді болу керек. Мысалы,
аудиторияны аныктаған және аудиторияға
арналған хабардың негізгі тармақтарын дайын-
даған жөн. Қызыгуышылық, қажеттілік және ауди-
тория білімін ескере отырып, хабарламаларды
анық және қысқа етіп жасаған жөн.

2. Реципиент хабарды алады.

Қабылдаушы (аудиторияныздың мүшесі)
хабарламаны алған кезде оны қабылдайды,
түйсінеді. Егер сіздің хабарламаңыз анық болған
болса, қабылдаушы оны дәл сіз ойлағандай дұ-
рыс қабылдауы керек. Эйтпесе, коммуникация
процесі аяқталады.

3. Қабылдаушы жіберушімен көрі байланыс
орнатады.

Егер жіберушімен көрі байланыс орнатылса,
аудитория оның хабарламасын толығымен түсін-
гендігін бірден білуге болады. Егер көрі байланыс
жағымсыз болса, не одан да нашары мулде
байланыс орнатылмай қалса, хабарламаңың
анық емес екендігін білуге және түзету әреке-
тін жүзеге асыруға болады. Көрі байланысты
қабылдаушы әлсіз немесе құшті қарым-қатынас
дағдыларын анықтауға мүмкіндік беретіні сөз-
сіз.

Егер бұл процесс тиімді болса, жіберуші мен
қабылдаушы бір-бірін түсінеді, яғни байланыс
процесі сәтті болады деген сез. Қоғаммен
байланыста ақпарат ағыны сіздің пайдаңызға
жұмыс істеуі үшін, сіз жіберуші ретінде
байланыс үрдісін бақылағаныңыз жөн. Үтимды
коммуникация аудиторияны түсінуден басталады
(*Гундарин М. В., 2007*).

Жалпы, коммуникацияның «жеке» және «же-
ке емес» деп аталатын екі арнасы бар. Комму-
никацияның жеке арнасы – жүртшылық қауым-
мен жеке жүзбе жүз байланысу. Ол телефон, хат
алмасу, сауалнама т.б. арқылы жүзеге асады.
Осы арнадағы коммуникация көбінесе кеңес
берушілер, әріптестер, дос-жаран, т.б. арқылы
орнайды. Коммуникацияның жеке емес арнасы
– бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүзеге

асады. Бұл арна арқылы берілетін ақпарат жеке адамға емес, жалпыға ортақ таратылады. Ол телевидение, радио, баспаөнімдері сынды дәстүрлі БАҚ немесе ғаламтор, сандық телевидение сиякты digital-құралдардың көмегімен таратылады. Сондай-ақ, қоғаммен байланыста бұл пресс-релиз, пресс-конференция, түрлі таныстыру, тұсау кесулер арқылы орындалады.

Бұл коммуникациялардың барлығы қоғамға әсер ету мақсатымен жүргізіледі. Ал, қоғамға әсер етуде қоғамдық пікір көшбасшысының орыны маңызды. Сол себепті де коммуникацияны соларға бағыттаған дұрыс. Алдыға қойылған мақсат нәтижелі болуы үшін мақсатты аудитория, оның қалауын, тұтынушылардың біліктілігін, тәжірибесін анықтап алған жөн. Қоғаммен байланыс мамандары аудиторияны қызықтыру жолдарын және тұтынушылардың жіберілген хабарламага байланысты реакциясын қадағалап отыруы керек. Қысқаша айтқанда берілетін аринасына қарамастан барлық ақпарат бақылауда болуы қажет (Лозовский Б. Н., 2011).

Ақпаратты басқарудың бірнеше кезеңдері белгілі қарастырылады:

1. *Ақпарат ағынын қалыптастыру*. Бұл кезеңде тұтынушыларға кез келген тақырыпқа байланысты ақпараттың максималды көлемі БАҚ арқылы барлық жолмен беріледі. Мұндай әрекеттерге реакция әртүрлі болуы мүмкін: сынци, елемеушілік, күдікпен қараша, қосымша ақпарат сұрау, т.б. Бірақ, ен бастысы – сіздің ақпаратыңыз көзге түсіп, сіз туралы хабарлауы қажет.

2. *Ақпарат ағынын сегменттеу*. Шектеулі мақсатты ақпараттық ағындарды қалыптастыру белгілі бір ережелерді ескере отырып, ақпараттармен саналы жұмысқа негізделеді. Ережелер қатарына келесілер кіреді:

1) Жасыру (тек қолайлы ақпарат беріледі, қолайсыз фактілер жарнамаланбайды);

2) Ауыстыру (ен маңызды позициялар алдыға жылжытылады);

3) Беделді дедалды тарту (белгілі бір мақсатты топ үшін беделді тұлға қолданылады);

4) Сауалнамалар мен рейтингтердің нәтижелерін сәйкестендіру (тиімді бейнені алу үшін қажетті үйлесімдіктердің таңдалуы жүргізіледі);

5) Мұдделі тарап өлшем шарттарын канагаттандыратын дәйексөздерді таңдау;

6) Субъективті сипаттағы эмоциялық мазмұнды толтыру;

7) Монтаж (улкен көлемді ақпараттың ішінен қажетті кадрлар мен материалдарды таңдау).

Бұл қызметтің мәні – өнімдер, үйымдар немесе адамдар, жобалардың тарымдылығын арт-

тыруға бағытталған үлкен көлемдегі ақпараттан сыртқы бақылаушыларға білдіртпей оның фрагменттеріне өту.

3. *Ақпараттық серіктестікті қалыптастыру*. Ақпараттық серіктестікті қалыптастыру мақсатында үйымға потенциалды серіктестердің (редакторлар, журналистер) қажеттіліктерін анықтаған жөн. Сондай-ақ, болашақ серіктестердің жұмысын құрметтеуге, редакторлармен байланыс орнатуға үйреніп, идеялар мен тақырыптар алмасу, өзара сенімділік, ашықтыққа негізделетін тұрақты іскеरлік қарым-қатынастарды орнатуға болатын, ынтымақтастық үшін ең колайлы журналистердің тізімін жасап, адалдық атмосферасын қалыптастырыған жөн (Шумович А., 2000).

Негізінен ақпаратты іріктеудің басты критерийі оның жаңалықтық сипаты болып табылады. Жаңалықтар – бұл қоғаммен байланыс аясында оң қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік беретін кандайда бір нәрсеге назар аудартудың бір жолы.

Жаңалықтардың ен маңызды шарттарының бірі – уақыттылығы. Кешегі жаңалықтар бүгінгі құбылыстарға байланысты болмаса, өз маңыздылығын жояды. Сонымен, жаңалықтар бұл – бүгін орын алған оқиға және ол осы уақытқа дейін белгісіз болған. Дегенмен, бұрыннан белгілі фактілерді жаңа қырынан көрсетуге болады. Жаңалық әрдайым адамдармен тығыз байланысты болады, ал адамның атақты тұлға болуы, ақпаратты жаңалық ретінде айқындаі түседі. Сондай-ақ, бұрын ешкім білмеген нәрсені ашу да жаңалық болып табылады (Тульчинский Г.Л. және т.б., 2009).

Компания жаңалықтарымен бұқаралық ақпарат құралдарында бөлісу автоматты тұрған жүрмейді. Бұл үдеріс қоғаммен байланыс жөніндегі адаптацияның таланттын талап етеді. Сол себепті, медиаринзиатің қалай жұмыс істейтінін түсіну маңызды.

БАҚ-пен қарым-қатынас компанияда бөлісу қажет жаңалықтар пайда болғанда басталады. Жаңалықтар дайын болғаннан кейін, PR мамандары ақпарат таратуға болатын ең жақсы БАҚ-тарды таңдайды. Мұкият орындалған жаңалықтар функциясы компания беделін жогарылатып, бренд туралы хабардарлықты арттырып, сатылымды ұлғайту арқылы кіріс мөлшерін көбейтеді. Егер компаниядан таратылған жаңалықтар жағымсыз болып, оның салдарынан үйымды тарату немесе ұжымды қыстарту қажеттігі туындаса, басшылық тарапынан БАҚ-пен қарым-қатынас қалыптастыру өте маңызды (Назайкин А., 2011).

«Бірінші кезектегі жаңалықтар» түсінігі бар, олар әрдайым бұқаралық ақпарат құралдарының назарын аудартады. Бірақ, маңызды емес ақпаратты келесі әдістерді қолдану арқылы жаңалыққа айналдыруға болады:

- 1) Оқиғаны басқа күнмен байланыстыру;
- 2) Іс-шара, мерекені және оған байланысты күнді құру;
- 3) Оқиға таңдауын ұсыну;
- 4) Бір оқиғаның әр түрлі компоненттерінің қатарлас акцентациясы;
- 5) Берілген мәселелеге әртүрлі көзқарастарды көрсету;
- 6) Ықпалды адамдардың қатысуымен жаңалықтарды нығайту;
- 7) Мәселені әлеуметтік маңызды мәнге айналдыру немесе әлеуметтік маңызы бар мәселелермен үйлестіру.
- 8) Шиеленіс пен жанжалды пайдалану.

Қоғаммен байланыс жөніндегі мамандар кейбір жаңалықтардың маңыздылығын арттыруға ықпал ете алады, дегенмен, оқиғаларды іріктеуді де, жаңалықтарға мән беруді де басқару мүмкін. Іс-шараға ерекше назар аудару немесе көрініше, оның мәнін қасақана азайту арқылы оны құннің басты тақырыбы ретінде көрсетуге болады. Сондай-ақ, іс-шара БАҚ-пен мұлде еленбеуі де мүмкін. Бұл әсерге бір оқиғаны екіншісімен тез ауыстыру механизмі арқылы, соңғы оқиғаның алдыңғысын ығыстыруы нәтижесінде қол жеткізуге болады. Оқиғаларды қамтуды бақылау мақсатында оқиғалардың өмірі БАҚ немесе PR мамандары тарапынан жасанды түрде ұзартылуы немесе қысқаруы мүмкін (*Шумович А., 2000*).

Егер ақпарат алуша жүртшылықтың қызығушылығы оның жариялануынан келер ықтимал зияннынан үлкен болса, бұл ақпарат жариялануы тиіс. Қоршаған ортаға, азаматтардың денсаулығы немесе құқықтарына қатер төнү туралы, сондай-ақ сыйайлас жемқорлық фактілері туралы ақпараттың жариялануына жүртшылық оған мүдделі болса, жол ашық.

Бүгінгі таңда ынталы ұйымдар жүртшылық-пен достық, ынтымақтастық қарым-қатынас пен өзара түсінушілікті орнатып, оны сақтау үшін ең алдымен, өз қызметіндегі ақпараттық қамтамасыздандыруды қадағалау қажет. Коммуникациялық органды оңтайландыру мақсатында ақпараттық технологиялар күнделікті БАҚ көмегімен жетілдіріліп отырады. Бұл орайда БАҚ және жалпы массмедиа ұйымның жағымды имиджін, танымал брендін, жоғары беделін қалыптастыруды қолданылатын құрал-жабдықтар рөлін

атқарады. БАҚ-пен қарым-қатынас орнатып, оны дамыту қызметі – *медиарилейшінз* деп аталады. БАҚ-пен жағымды қарым-қатынасты орнатуда жоғарыда айтылып өткен – ішкі және сыртқы ақпаратты тиімді басқару, массмедиа институты арқылы қоғамдық құрылымдардың барлық бөлшектерімен достық байланыс орнату маңызды (*Булакина Л., 2006*).

Медиарилейшінз – бұл ұйымның жағымды имиджді қалыптастыру мақсатында журналистер, редакторлар сынды т.б. БАҚ өкілдерімен орнататын қарым-қатынасы. Жарнамалық блогтарға, ресми веб-сайттарға, ақпараттық парақшалар мен жарнамалық іс-шараларға қараганда, журналистика – үшінші тұлғалық көзқарас болып табылатындықтан бұл адамдарға әсер етудің күшті құралдарының бірі (<https://www.mbastool.com>).

Ресейлік ғалымдардың зерттеуінде медиарилейшінз БАҚ арқылы жүртшылықты ақпаратпен қамтамасыз ететін үзіксіз жүйе ретінде қарастырылады. Ресейлік зерттеушілер А.В. Кочеткова, В.Н. Филиппов бойынша, PR-құрылымдардағы жалпы жұмыстың 80%-ы мәліметті дайындау және журналистермен өзара әрекеттесуді қрайды (*Кочеткова А., Филиппов В., Скварцов Я., Тарасов А., 2007*) бұл факт БАҚ-пен байланыс қызметінің PR саласындағы маңыздылығын айқындаиды.

БАҚ – бұл PR-агенттігінің наны мен майы, сондықтан PR-мамандары үшін БАҚ байланыста жақсы және сау қарым-қатынасты сақтау ете маңызды. PR-жетекшілер өз тұтынушыларын ақпаратпен қамтамасыз ету үшін түрлі БАҚ құрылымындағы журналистермен байланыс орнатады. Ол баспасөз, интернет немесе электронды БАҚ болуы мүмкін. БАҚ-пен байланыстың жалғыз мақсаты – ешбір төлемсіз тұтынушы иеленетін ақпараттың жақсы және жағымды болуын қамтамасыз ету.

Қоғаммен байланыс мамандары үшін БАҚ өкілдерімен қарым-қатынас орнату оңай жұмыс емес. Жақсы қарым-қатынас орнатудың бір жолы – олардың қандай мәселелерге тоқталатынын, не жазатынын зерттеп, өз тұтынушылары мен өз ұйымынды журналистермен бірлестікті елестетіп көру. БАҚ ұйым мен оның мақсатты аудиториясы арасындағы делдал ретінде әрекет етеді. Ол таңдалған аудиторияға оң әсер ету мүмкіндігі туралы ұйымның хабардар болуын арттырады. Ұйымдар аудиторияға осылайша жүргіну арқылы жүртшылықтың қолдауына қол жеткізеді (<https://www.linkedin.com>).

БАҚ-пен жұмыс істеу ұзақ уақыттан бері жалғасып келе жатқан PR-қызметінің үлкен

бөлігі болып табылады. Екеуінің арасындағы айырмашылықтар уақыт өте жаңа технологиялардың дамуы мен медиа түсінігінің кеңеюіне байланысты айшықталған түсүде. Алайда, коммуникация арналары мен құралдары өзгерсе де медиарилейшніз қоғаммен байланыстың маңызды бөлшектерінің бірі болып қала бермек. Себебі, ол қоғаммен байланыстың бірнеше іс-әрекеттен тұратын қызметін үйлестіріп, нәтиже шығаруға мүмкіндік береді. Яғни, жұмысының нәтижесін ретінде БАҚ-ка берілген ақпараттың тиімді жариялануы, жағымды әсер беруіне үлес қосады (*Olivia Fuller; 2018*).

Жалпы, қоғаммен байланыс және БАҚ өкілдерінің, яғни журналистердің жұмысында ұқсастықтар жетерлік. PRSA Oregon атқарушы директоры Бейли Малдердың айтуынша олар келесідей:

- 1) Екеуі де жүртшылықпен байланыска түседі;
- 2) Екеуі де сенім ұялатуға тырысады;
- 3) Екеуі де сұраныска сәйкес ақпаратты қамтуға тырысады;
- 4) Екеуі де оқиғаларды баяндайды.

Жұмысының үлкен бөлігі ақпарат және жүртшылықпен байланыс арқылы жузеге асатын, бір қарағаннан қызметі бір-біріне ұқсас екі саланың айтарлықтай айырмашылықтары да бар:

1) Ұйымда алатын орыны. Жаңалық таратушы ұйымдарда, әдетте, қызметкер бір рөлге ие. Мысалы, журналист – баяндайды, редактор – өндійді т.с.с. Бұлардың қызметінде бір ғана бағыт – аудитория. Ал қоғаммен байланыс қызметі бір уақытта бірнеше тұтынушыға қызмет көрсетіп, мүдделерін қорғайды.

2) Аудитория ерекшеліктері. PR-мамандары хабарды жеткізу үшін немесе брендке, өнімге және идеяға қолдау көрсету үшін нақты аудиторияларға бағытталады. Журналистерге көбінесе белгілі бір аудиторияға бағытталудың қажеті жоқ. Себебі, олар жүртшылық үшін онсыз да қызығушылық тудыратын жаңалықтарды жариялаумен айналысады.

3) Сөз бостандығы немесе шығармашылық. Журналистердің бостандығы ауқымдырақ, олар қалаған оқиғаларын баяндаپ, жаңа идея, тың ақпарат іздестіру үстінде жүреді. Ал, қоғаммен байланыс маманы белігі бір тұтынушы мүддесін қорғайды. Сәйкесінше берілетін ақпарат белгіленген үйим не тұлғаға тиімді нұсқада болуы қажет.

4) Объективтілік және субъективтілік. Бейли Малдердың ойынша, екі саланың ең үлкен айырмашылығы қоғамдық қатынастардың, әдетте, субъективті болуында, ал журналистиканың

әрдайым объективті болып қалуында (*Бейли Малдер, 2018*).

Аталмыш, екі саланың ерекшелігін айқындау үшін олардың мақсаттарын анықтау жеткілікті. PR-дың бұқаралық ақпарат құралдарымен байланыста қоятын басты мақсаты – PR-акпараттардың ауқымды жарияланымына қол жеткізу. Егер журналист үшін мәселенің әлеуметтік маңыздылығы басымдырақ болса, қоғаммен байланыс жөніндегі маман тек негізгі субъект тұрғысынан елеулі және маңызды мәселелерді ғана көтереді.

Көп жағдайда журналистердің мақсаты сенсациялық бағыттағы ақпаратты іздеуге тіреледі – түрлі жанжалдар, алаяқтық, компаниялардың құлдырауы, жобадағы сәтсіздіктер, т.б. себебі, бұлар ақпарат сатуға оң әсер етеді. Басылымның редакторы немесе телеарнаның басшылығы қызықты, жанжалды репортаждарға жиі қызығушылық танытады. Осыдан түйтініміз, БАҚ өкілдері жағымды ақпараттан гөрі жағымсыз ақпараты таратуды жөн көреді, ал PR-маманы көрісінше жағымды ақпаратты беруге мүдделі. Сол себепті де PR-маманының қызметінде кезігетін қындықтардың бірі – өзара тиімді ынтымақтастыққа қол жеткізу үшін мақсаттар мен мүдделердің қайшылықтары мен келіспеушілігін барынша азайту қажеттілігі (<http://pr.web-3.ru/analog/prmedia/>).

Қоғаммен байланыс немесе PR-тәжірибелілер және бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері бір-бірін толықтыратын көптеген рөлдерге ие болып келеді. Бұл қарым-қатынастың екі жағы да оқырмандарға, тындаушыларға және көрермендерге жеткізілетін оқиғаны құру немесе хабарламаны әзірлеуге бағытталатын ортақ мақсаттарға ие. Кемшіліктердің бірі бұл екі тарап арасындағы келіспеушілік туу мүмкіндігінің жиілігі. Олардың арасындағы ынтымақтастықта құлау мен «көтерулер» көп орын алады.

Себебі, қоғаммен байланыс жөніндегі мамандар тұтынушылар алатын хабарламалардың жағымды болғанын және БАҚ арқылы тұтынушылар қажеттігін толыққанды анықтауды қалайды. Ал, БАҚ әфир уақытын немесе баспасөз кеңістігін толтыратын тартымды контенттің үзіксіз ағымын қажет етеді. Репортерлер, редакторлар мен продюсерлер сарапшылар мен қонақтарды құнделікті іздеуде болады. «Help A Reporter Out» және «PR Newswire» сынды кейбір сервистер PR-маманы мен БАҚ арасындағы жеңгетайлық рөлді атқарады. БАҚ олардың құнделікті редакциялық қажеттіліктерін қанағаттандыратын, тартымды, өзекті және бірегей

нәрсені ұсынатын, жарқын көшбасшыларды, сенімді және ашық қонақтарды қажетсінеді. Көп жағдайда БАҚ өкілдері іш пысарлық, жаңалықтық сипаттыз немесе тақырыптан тыс ақпаратпен бөлісетін PR-мамандарына наразы болады. PR-мамандарында өз кезегінде БАҚ өкілдері жағымсыз хабар таратып, кейде мүлде берілген ақпаратқа жауап қатпаган кездері түсініспеушілік туындарды.

PR пен БАҚ өкілдерінің арасындағы өзара карым-қатынас өзара сыйластық пен ортақ мақсаттарға негізделгені жөн. 2011 жылы Poynter.org сайтында жарияланған Public Relations Society of America Бас директоры Розанна Фискенің пайымдауынша, екі тарапта жүртшылық өз өмірін жақсарты алу үшін пайдалы ақпаратпен бөліскісі келеді. Қоғаммен байланыс және бұқаралық ақпарат құралдарының мамандары ағарту, ойын-сауық және аудиторияны кеңейту бойынша ортақ мақсаттарды көздейді. Адал және үздіксіз байланыс арқылы өзара тиімді қатынастарды орнату мүмкін (<https://smallbusiness.chron.com.>).

Сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдары мен PR қатынастарындағы жанжал көбінесе журналисттер PR-қызметкерлерін ақпаратты жасыру, фактілерді бұрмалауда айыптаған кезде туындарды. PR-мамандары, өз кезегінде, журналистерді берілген ақпараттың толық емес және адал емес жариялануында айыптауы мүмкін.

Дегенмен, кейбір сарапшылар PR-дың журналистика ісінен салыстырмалы оқшалануын ең алдымен олардың қажетті ақпараттың баспасөзде пайда болғаны үшін төлемейтіндігімен байланыстырады. Сондықтан қандай да бір хабардың мазмұны мен қай уақытта БАҚ-та пайда болатынына әсер ете алмайды. Алайда әйгілі PR-құрылымдар жарнамадан өзге, оларға қажетті басылымдар үшін саналы түрде (әдейі) төлемейді. Жалпыға ортақ ереже бойынша да өз абыройын қорғағысы келетін журналистер барлық қаржылық ұсыныстар мен сыйлыктардан бас тартуы қажет. Дегенмен, PR-қызметкерлері жарияланатын материалдарды қажетті накышта, дұрыс бағытта және өздеріне қолайлы уақытта жарыққа шығару бағытында журналистерге әсер ете алады және солай істеуге тиіс. Бұл – олардың жұмысы. Осында жағдайға журналистермен достық жеке қарым-қатынас жасау арқылы қол жеткізіледі.

Ал, бұқаралық ақпарат құралдарымен қарым-қатынасты жақсарту үшін келесі тармактарды орындаса болады:

1) Ұйым өткізетін іс-шаралар кестесін жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарында жариялау (ай сайын немесе тоқсан сайын), өзге ақпарат құралдарының көмегімен оларды қосымша еске салып отыру;

2) Ұйым өзінің жеке басылымына ие болған жағдайда бір данасын тұрақты түрде бұқаралық ақпарат құралдарына жіберіп тұру қажет;

3) Аймақтаға оқынадарды талдау, олардың міндетті түрде бұқаралық ақпарат құралдарымен қамтылатындарына қатысу;

4) Ақылы ақпаратты репортердің оны тегін материалмен толықтыруға қызығушылығын арттыратында етіп қалыптастыру;

5) Жергілікті БАҚ-тың мазмұнын, оның ішінде тұрақты тақырыптар мен бөлімдерді талдау, сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарына қажетті ақпаратты уақытылы беру үшін тақырыбы ұйымның қызметіне жақын журналистердің жұмысын зерттеу;

6) Журналистердің ақылға қонымды өтініштері мен жарияланымдарына жауап қайтару, халықтың қөніл-күйін бақылау, БАҚ-қа шыққан соң кері байланысты аңғарып, дамуына жол ашу;

7) «Редакцияға хат жаз» қағидаты бойынша іс-шаралар үйымдастыру, себебі, іс-шараның көптеген жақтаушылары (немесе қарсыластары) және олардың хаттары баспасөздің назарын аударады;

8) Қажет уақытында ақпаратты БАҚ-қа беру үшін үйымның баспа, фото, бейне және аудио мұрағаттарын үздіксіз қалыптастыру, толықтыру және кеңейту (Гундарин М.В., 2007).

Сонымен қатар, Қоғаммен байланыс жөнінде Сиднейлік Агенттік БАҚ-пен жұмыс жасау үдерісін қалыптастырып, журналистермен қарым-қатынас орнатуға көмектесетін келесі қадамдарды ұсынады:

1) Әрбір журналистке құрметпен қарау. Журналистерге қatal болып, оларды өзге сала жөнінде жазатындықтан елемей қателеспеуге тырысу қажет. Себебі, журналистер жұмыс орынның жиі ауыстырады, онымен бірге жазу бағыты, тақырыбы да ауысуы мүмкін, кешегі стажер, ертенгі күні үлкен лауазымға кеңелуі мүмкін. Ол кезде бұзылған қарым-қатынасты қалпына келтіру киынға соғуы мүмкін.

2) Deadline уақытын құрметтеу. Журналистердің көбісі қатаң уақыт шектеуінде жұмыс істеп, өз жұмысын жариялану уақытына сайяқтай алатынына сенімді болуды қажет етеді. Егер журналист сұхбат беруге немесе ақпарат алуға уақыт шектеуін берсе, сіз сол уақытқа деін үлгеруге тырысқаныңыз аздал.

3) Жариялануға тиісті ақпараттармен қамтамасыз ету. Жаңалықтарда журналистке жібермesten бұрын бұқаралық ақпарат құралдарында жариялауға лайық екеніне көз жеткізу қажет. Журналист уақытын ысырап еткініз келмесе, оларға қызықсыз және ешбір пайдасыз ақпаратты жіберудің қажеті жоқ. Бұл журналистерді ренжітіп, кейінгі болашақта олар сіздің хаттарыңызды мүлде оқымай қоятын дәрежеге жеткізуі де мүмкін.

4) Максатты аудиторияны білу. Кез келген ақпаратты журналиске жібермес бұрын оның мақсатты аудитория қызығушылығына сай келетінін анықтау қажет. Аудиторияны дұрыс ақпаратпен қамтамасыз ету үшін журналистиң әдетте жазатын тақырыптарына зерттеу жүргізген жөн.

5) Кожетімді болу. Егер журналист PR-маманымен немесе ұйымдағы өзге тұлғамен сұхбаттасқысы келсе, ол дегенине жету үшін қолдан келгеннің бәрін істеген жөн. Егер бір адам журналиске кез келген уақытта көніл бөлуге дайын тұрып, жақсы қарым-қатынас орнатса, ол тұлға журналист үшін ақпараттың сенімді көзіне айналады. Бұл БАҚ-пен жұмыста жаңа мүмкіндіктеге жол ашады.

6) Этиканы сақтау. Журналисттер жалған ақпаратты немесе шынайылыққа негізделмеген ақпараттың берілуін бірден анықтауы мүмкін. Бұл жағдайда журналиспен қарым-қатынас бұзылып, БАҚ-пен байланысқа кері әсерін тигізуі мүмкін (<https://publicrelationssydney.com>).

Сондай-ақ, БАҚ-пен тығыз қарым-қатынас орнату үшін хабарлама жазуды ойластырудан бұрын немесе «жіберу» батырмасын баспас бұрын бірнеше минут кідіріс жасап жіберуші «бұрышын» (яғни, хабарды жеткізу әдісін, хабарламадағы көзқарас нұктесін) зерттеуді ұмытпаған жөн. Бұл хабарламаның қаншалықты әсерлі екенін білуге көмектеседі. Бұл жағдайда Google Search БАҚ үшін өзекті және маңызды ақпаратты анықтауға септігін тигізе алады. Мысалы, толтырылмаған кеңістікті табыңыз. Тек белгіленген ұйым ғана ұсына алатын тақырыпты және оны қамтымаған БАҚты анықтаңыз. Бұл жағдайда қызығушылық тудыру қыынға соқпас.

БАҚ-қа олардың жаңалықтары оқылып, портфолиосы менгерілгенін көрсеткен артық болмайды. Бұл ұйымның нақты белгіленген БАҚ-ты не үшін таңдал алғанын, ұйымның өзі қандай жұмыс атқарып жатқанынан хабардар екенін көрсете алады. Үшінші жақ таралтың пікірлерін хабарламага косу арқылы, оның көз-

бояушылық емес екеніне көз жеткізуге болады (<https://www.adweek.com>.).

PR мамандарының пікірінше, коммуникация үдерісіндегі ең маңызды элементтердің бірі – ақпарат беру мерзімі. Журналисттер де осы пікірді құптайды. Бірақ, олар үшін уақыттылық қана емес, кәсибілік деңгейін көрсетіп, өзгелерді басып озу да үлкен рөлге ие. PR-маманы тәуекелге бара алмайды: әлеуметтік жағымды әсер алу үшін оған ақпараттың ең қолайлы түсын таңдау маңызды. PR-мамандары журналиске қойылған уақыт шектемелері жөнінде хабардар болуы тиіс және оған дейін ақпаратпен қамтамасыз ету үшін қолынан келгенше бәрін істеуі қажет.

Журналистика теориясының зерттеушісі Б.Н. Лозовскийдің айтуынша, журналистиң кәсіби психологиясы мен технологиясының ерекшеліктеріне мыналарды жатқызуға болады: deadline-ның мызғымастығы (тапсырма өткізудің соңғы мерзімі), шынайы ақпараттарды іріктеу және жинақтау қажеттілігі, ақпарат көздерінен тәуелділік, кәсібилік деңгейінің жеткіліксіздігі, мамандықтың функционалдық белгісіздігі, БАҚты форматтау, медиа бизнестің мұддесі, өзінді-өзін цензурадан өткізу (Б.Н. Лозовский, 2011).

PR-мамандарының бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс істеу тәжірибесінде белгілі ережелерді қатаң ұстану белгіленген. Қогаммен байланыс саласындағы маманға қойылатын нақты талаптар төмендегідей қарапайым ережелерге теңестірілуі мүкін:

1. Таңдау бір ғана ақпарат көзіне шоғырланбайды.
 2. Ұйым ұстанымын бұқаралық ақпарат құралдары мен жұртшылық үшін тұтас және дәйекті түрде қалыптастыру.
 3. Әділетсіз айыптауды уақытылы жоққа шығару.
 4. Тексерілмеген, расталмаған деректерді қолдануға тыйым салу.
 5. PR-маманы үшін қоғамдық мұддеге, мақсатты топтардың қызығушылығына бағдарлану. Журналист үшін БАҚ-қа арналған компания жаңалықтарын таңдау кезінде аудитория мұддесіне бағдарлану.
 6. БАҚ өкілдерімен байланысқа деген он көзқарас (жағымсыз сұрақтарға да жауапты жағымды қайтару).
 7. Қателікті (қажет болған жағдайда) мойындаі білу, жұртшылық алдында кешірім сұрау, т.б (16).
- Ал, Мансапты дамыту жөніндегі сертификацияланған маман Дон Розенбергтің пайымдауынша қогаммен байланыс маманына ең қажетті дағылар мыналар:

– Вербалды коммуникация. Қоғаммен байланыс қызметі ақпаратты жүртшылықта, БАҚ-қа және ұйымның өзге мүшелеріне тиімді түрде жеткізе білуді қажет етеді.

– Мұқияттындау. Өзге тараптан не айтылып жатқанын түсініп, тиісінше жауап беру үшін мұқият құлак салып тұндаған жөн.

– Жазу: пресс-релиздерді жазу – көптеген PR-мамандары үшін жұмысының тұрақты бөлігі, бұл сауатты әрі қызықтыра жазу дағыларын қажет етеді.

– Тұлғааралық қарым-қатынас. PR-мамандының БАҚ-пен, жүртшылықпен қарым-қатынасы өзгелермен оңай тіл табысу қасиеттерін қажет етеді. PR-мамандының сенімділік ұялатып, келіссөздерді жоғары деңгейде өткізе алуы керек. Бұдан басқа, қоғамдық қатынастар саласындағы мамандар тиінде өз әріптестерімен қоса алғанда, басқа адамдармен де тіл табыса білу керек (<https://www.thebalancecareers.com>).

Шри.Н.Паланиаппан мен ШриА.М.Рамачандраның оқу бағдарламасында коммуникация үрдісі: Хабарламаны құрастыру; БАҚ-ты таңдау; Бағдарламаны іске асыру үшін тиісті бюджет сынды үш нәрсені қамтитыны айтылған. Ақпаратты ұтымды қолдану үшін жақсы хабарды қалыптастыра білген жөн. Ал, қажетті нәтижеге қол жеткізу үшін хабарды дұрыс, анық етіп жасау керек. Осы критерийлерге сәйкес хабарламалар мынандай болуы қажет:

- 1) Ашық ойлы;
- 2) Ақықат ақпаратты қамтуы қажет;
- 3) Қысқа да нұсқа болғаны жөн (<http://persmin.gov.in/>).

Белгілі бір мәселені сауатты, әділ және обьективті жариялау үшін БАҚ-пен үзіксіз және сенімді қарым-қатынас орнатып, сақтау қажет. Әсірсе, олардың ненің басылып, ненің эфирге шығатынына байланысты түпкілікті шешім қабылдайтын өкілдерімен осындағы қарым-қатынастың болуы оң әсер етеді. Әдетте, бұл бұкаралық ақпарат құралдарының иесі немесе бас редакторы немесе бөлім редакторлары, арнайы корреспонденттер, ал теледидарда – бағдарлама продюсерлері, саяси шолушылар және тағы басқалар.

Бұкаралық ақпарат құралдарында ұсынылған материалдар басылымға дайындық кезінде жағымсыз бағытта көрініс табуы мүмкін. Сол себепті, дайындалған материалды әрдайым мұқият оқып, қажетті өзгертулер енгізіп барып, түзетіліп басылған материалға ғана қол қою керек (байқам, сұхбат, репортаж) (<https://studopedia.ru>).

Журналистер, әдетте, PR-саласының өкілдерімен қарым-қатынасты «әділ ойын» қағидасы

негізінде құруға тырысатыны белгілі. Кәсіби талаптар бойынша журналистер төмендегілерді істемеуі керек:

– Өзін басқа мамандықтың қызметкері ретінде көрсету;

– Әңгімелесушіні қорқыту (алайда, кейбір нұсқауларда батыстық журналистерге сұхбаттаушыны жеңіл бопсалауға рұқсат берілген);

– «Істің мән-жайын анықтауға» және «әрекет етуге» кенес беру (бұл журналист құзыреттілігіне жатпайды);

– Жүршылықтың айыптауына әкелетін іс-әрекеттер;

– «Жағымды» немесе «жағымсыз» кейіпкерлермен жақындауды;

– Сыйлықтар мен қызметтерді қабылдау, себебі, журналистиң ақпарат көзіне тәуелділігі пайда болуы мүмкін;

– Әңгімелесушіні хабардар етпей әңгімені диктафонға жазу (әңгімелесушіні диктафонның көрініше ойын бүрмалаудың алдын алтына септігін тигізетініне көзін жеткізуге тырысу керек). Диктафонмен қатар әңгіменің маңызды тұстарын блокнотқа түсіріп отырған жөн, кейде техника істемей қалуы мүмкін;

Кез келген жағдайда журналист сынға түсіруді ойластырған тұлғамен тағы бір рет әңгімелескен жөн. Әңгіме барысында ол жиналған ақпаратқа сүйеніп шыгарған қортындысы мен бағалаудын баяндап береді.

Көбінесе бұкаралық ақпарат құралдарында пайда болған хабар формальді және іс жүзінде ұйымдардың баспасөз қызметімен жіберіледі немесе баспасөз сұранысы бойынша ұйым өкілдерімен түсініктеме беріледі. Дегенмен, Плис Р. Өз енбегінде қазіргі өзгерген жағдай көптеген ұйымдардың бұкаралық ақпарат құралдарымен ынтымақтастық тәжірибесіне де ықпал ететінін атап өтті. БАҚ-ты көп мөлшердегі пресс-релиздермен «атқылау»; таныс журналистерді материалды ынталандыру; БАҚ-ка арналған шаралардағы алып фуршет пен қымбат сувенирлер; редакцияның жарнамалық бюджеттің көмегімен (жарық көрген немесе жоспарланған) бопсалауы; ойластырылған құлдіргі себептер мен оқиғаларды қалыптастыру сынды бұрын ұтымды қолданылған әдістердің бір қатары ендігөрі медиарилейшнз саласында тиімсіз (<https://psycho.ru/library/1124>).

Пресс-релиздерді жіберу сіз қалаған жаңалықтарға қол жеткізудің ең тиімді жолы емес. Пресс-релиздің әсері жағымды сипатта бұрыннан құрылып қойған қатынастарға не-

гізделеді. «Dial and smile» қонырау шалуларымен, жекелендірлген электрондық хаттар мен қарым-қатынастың тамаша жағдайларына ештеңе тең келмейді. Қолданысқа дайын тақырыптық идеяларды, дәйексөздерді және жалпы идеяларды қамтитын «онлайн-киоскты» ұйымдастыру қажетті хабарды БАҚ үшін таңдалынатындей, тиімді етуге жол ашады (<https://managementhelp.org/publicrelations/media-relations.htm>).

Айта кететін тағы бір жайт, PR-құрылымдары журналистің жеке көзқарасына және ақпарат тарату тәсіліне тікелей әсер ете алмайды. Басқаша айтқанда, ақпарат БАҚ-қа беріледі (мысалы, пресс-релиз түрінде), ал баспасөз оны өзі өндеп, өзіне қолайлы түрде таратады.

Қалайда, бұқаралық ақпарат құралдарына анық әсер ететін факторлар бар:

Ірі компания, жүйелік агенттік, бренд атаянын «гипнозы» (беделдің мықтылығы);

Компания немесе агенттіктің «жарнама есебіне» кірмейтін материалды жариялау үшін ұстеме ақы төлеуге дайындығы;

Белгілі бір бастама бойынша шағын қолемді жарнаманы жариялау (әдетте іс-шараның қорытындысы бойынша қосымша ақпарат және шолу, т.б.);

Жарияланымдарға жазылу науқаны үшін сыйлықтар беру, бірлескен іс-шаралар, жобаларды ұйымдастыру.

БАҚ пен мемлекеттік, қоғамдық және коммерциялық мекемелер арасындағы іскерлік байланыстардың өзара қажеттілігі осы қатынастардың жалпы қағидаттарын қалыптастырады. PR-қызметіндегі қатынастарды өлшеуге көмектесетін әмбебап ережелерді қалыптастырудың алғашкы әрекеті Қоғаммен байланыс институтының 1997 жылғы мақаласында көрінді. Институт Америка Құрама Штаттарында қоғамдық қатынастарды өлшеу және бағалау жөніндегі арнайы комиссияны құрып, «Қоғамдық байланыстардың өлшенетін мақсаттарына ариалған нұсқаулар» атты екінші басылым жарияланған. Бұл құрал PR қызметіндегі тиімді бағалау үшін өлшеу мүмкіндігі бар нақты бағдарламалардың таңдаулы мысалдары мен әдіснамаларына негізделді.

Нұсқаулықта негізгі қағидалар ретінде келесілер атап өтілді:

Екі тараптың қайсысы бір-біріне ықпал ететін занды құшке ие екені туралы келісімге келуге саятын өзара бақылау.

Сенімділік – сенім деңгейі және бір тараптың екінші тарапқа ашылуға дайындығы. Ол мыналарды қамтиды: Адалдық: ұйымның әділ екеніне сену; тәуелділік: ұйым өз айтқандарын

істейтініне сенімділік; құзыреттілік: ұйымның жариялаған нәрсені орындауға мүмкіндігі бар екеніне сенім.

Міндеттіме – бұл екі тараптың қарым-қатынасқа күш жұмсауға, оны қолдап, дамытуға тұрарлықтай екенін түсініп, сезіну дәрежесі.

Қарым-қатынаспен алмасу – бұл өткен шақта немесе күтілетін болашақта бірінші тараптан екінші тарапқа пайда алу үшін негізделмелер жасалғандықтан, екінші тараптың бірінші тарапқа пайда алуға жол ашуға негізделетін қарым-қатынастағы өзара алмасу (<http://www//evartist.narod.ru/text16/019.htm>).

Коммуникация саласындағы саясатта ұйымның бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмысы үш принципке сәйкес келуі керек:

– Ұйым атынан сөз сөйлейтін әр түлға растауға болатын *сенімді ақпаратты* беруі керек (яғни, жалған ақпарат таратуға болмайды);

– *Ашықтық*. Ұйым өзінің әлеуметтік маңыздылығы мен жауапкершілігін көрсетеді. Ақпарат беруден бас тарту тек құпиялыштық талаптарына байланысты болуы мүмкін.

Ашықтық ұстанымының келесі негізгі функциялары айқындалуда:

– Хабарлаушы (қоғамды өмірлік маңызды ақпараттан хабардар етуге мүмкіндік береді);

– Қадағалаушы (азаматтық қоғамға мемлекеттік қызмет құрылымының жұмысын бақылауға мүмкіндік береді);

– Басқарушы (мемлекеттік деректер мен ақпаратты таратуға, қоғамға және оның азаматтарына қажетті әсер етуде ықпал етеді);

– Көрі байланыс функциясы (мемлекетке белгілі шешімді дайындау, қабылдау үшін азаматтардан қажетті ақпаратты алуға мүмкіндік береді) (*Gundarin M. V., 2007*).

– *Динамикалық*. Ақпарат уақыт талаптарына сай болуға мәжбүрледі: іскерлік пен экономикалық белсенділіктің қарқынына, тұтынушылар сұранысына және т.с.с-ға. Сондықтан, ұйым жағдайынан бейхабар болуға немесе сондай құй танытуға болмайды.

Ал, медиарилейшнз пішіндеріне келер болсақ, олар әрқылы болуы мүмкін. Мысалы, «*галстуксыз кездесулер*» кең таралған. Аталмыш, формальды емес кездесулердің мақсаты – қандайда бір мәселеге байланысты журналистердің көзқарасын қалыптастыру немесе БАҚтың бас редакторлары, журналистерімен кездесіп, басылым спецификасы мен редакциялық саясатты айқындау, редакцияның перспективалық шығармашылық портфолиосымен

тәнису немесе жаңа БАҚ-ты таныстыру болуы мүмкін. «Галстуксыз кездесудің» формальді емес пішіні тараптардың ресмиліктен бос, жайлы жағдайда әңгімелесіп, достық қарым-қатынасты нығайтуға септігін тигізеді.

Медиарилейшніз пішіндерінің және бірі – «БАҚ күні» ретінде көрініс табады. Бұл күн PR-мамандарымен ұйымдастырылады және БАҚ өкілдеріне компаниямен, оны басқару жүйесімен, қызметі мен тауарымен толыққанды тәнисуға мүмкіндік береді. Мысалы, банк «БАҚ күнін» ұйымдастырғанда өзінің несиелік, депозиттік жүйелері, т.б. қызметтері қалай жүзеге асырылатыны туралы ақпаратты бүге-шігесіне дейін жеткізе алады. Ал, БАҚ өз кезегінде алынған ақпаратты халыққа жеткізеді, қажетті ақпараттан хабардар болған жүртшылықта банкке деген сенім ұялай бастайды (*Shumovich A., 2000*).

Ақпараттық демеушілік – заманауи қоғамдық қатынастардың тиімді құралдарының бірі, себебі, бұқаралық ақпарат құралдарында елеулі PR-оқиғаларды жағымды және ауқымды түрде қамтуға кепілдік береді. Өз кезегінде PR-практиктері тұтынушыларының коммерциялық PR-жобаларын газеттердің жыл сайынғы мерекелеріне белсенді түрде қатыстырады. Ал, өздігінен PR-шараларды өткізу көп қаражат пен ұйымдастыру ресурстарын қажет етеді. Сол себепті осы орайда бірлесе жұмыс істеген жөн.

Кәсіби мерекелер – мерейтойға немесе басқа да мерекелерге арналған дәстүрлі салтанатты мерекелік іс-шара немесе іс-шаралар циклі. Мерекелер компания қызметінің маңыздылығын айқындау үшін атап өтіледі және БАҚ-тың білікті қамтуын талап етеді.

Меценаттық және демеушілік тұсаукесер, қабылдау, БАҚ-ка арналған немесе БАҚ-тың қатысуымен ұйымдастырылған шаралар компанияны сыртқы ортада орнықтырып, оның беделін арттыруға септігін тигізеді.

Іс-шараның маңыздылығы медиа қызметкерлерінің көптеген бөлігін тартуға мүмкіндік береді. Ресейлік ғалымдардың «Менеджмент специальных событий в сфере культуры» атты оку құралында мысал ретінде «Петербург театрының маусымы» халықаралық жобасы көлтіріледі. Ол шетел қалаларында да табысқа кенелуде, Израильде – Тель-Авив және Хайфа, Италияда –

Милан. Жарқын, еліктіретін оқиғаларды қамтистың фестивальдерге көптеген журналистер баса назар аударады (*Tul'chinskiy G. L., Gerasimov S.V, Lohkina T.*).

PR-науқандар интернет арқылы да жүзеге асырылуы мүмкін. Қазіргі кезде ақпараттық орта жаңа ережелерге сәйкес реттеле бастады, сол себепті мамандар аудиториямен өзара әрекеттесу жолдарын өзгертуде. Ұзақ жылдар бойы бұқаралық ақпарат құралдарына айрықша назар аударылып келген, ал бүтінгі таңда PR жариялышы интернет тарапына қайтарылды.

Медиа компаниялар өзекті тақырыпты талқылау барысында оқырмандардың әртүрлі топтарын тартуға, көптеген пайымдаулар, ұсыныстар негізінде жақтастарды табуга мүмкіндік береді, мәселелер мен жағдайларды талдап қана қоймай, сонымен қатар белгілі бір мәселелер бойынша шешімдерді табуга жол ашады. Кері байланыс келешектегі ақпараттық оқиғалардың үзіксіз қайнар көзіне айналады (*Nazaykin A., 2011*).

Интернеттегі виртуалды PR-конференциялар. Интернет-конференциялар қоғамдық қатынастар саласындағы мамандар арасында аз уақыт ішінде танымалдылыққа ие болған PR-оқиғалардың салыстырмалы түрде жаңа үлгісі болып табылады. Бұқіл әлем бойынша журналистер өз редакцияларында отырып-ақ ұйым өкілдерімен қашықтан байланысып тұрады. Конференция материалдары тәулік бойы қолжетімді болады. Компьютерді жеткілікті деңгейде менгерсен, оларды журналистік материалды дайындау барысында өндеп, қолдану ынғайлы (*Bulavkina L., 2006*).

Кортындылай келе, қоғаммен байланыс саласындағы коммуникацияда БАҚ-пен бірігіп жұмыс істей, яғни медиарилейшніз ерекше орынға ие екенин айқындаі аламыз. Оның маңыздылығы PR-акпаратты таратудаға ғана емес, сол ақпаратты тиімді қолдану қажеттілігінде де көрінеді. Ал, ақпарат қоғаммен байланысқа пайдасын тигізу үшін оны БАҚ өкілдеріне дұрыс бере білу қажет. Қоғаммен байланыс маманы мен журналистердің (немесе өзге де БАҚ өкілдерінің) жұмыс істей құралы бір болғанымен (ақпарат), көзделген мақсат-мұддесі кейде сәйкес келмеуі мүмкін. Сол себепті де, ақпаратты сауатты басқару, БАҚ өкілдерімен ынтымақтастық қарым-қатынас орната білу қажет. Ол жүртшылықпен тиімді коммуникацияны орнатуға жол ашады.

Әдебиеттер

Кочеткова А., Филиппов В., Скварцов Я., Тарасов А. Теория и практика связей с общественностью. – Изд-во: Питер (2007) ISBN 5-469-01248-4.

Лозовский Б.Н. Кто и как манипулирует журналистами: манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации. – Екатеринбург: Изд-во Екатеринбург. гос. ун-та (2011) ISBN 978-5-7996-0593-3.

Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Изд-во Форум, Инфра-М (2007) ISBN 978-5-91134-150-3.

Шумович А. Великолепные мероприятия. Технологии и практика Event Management. Изд-во Манн, Иванов и Фербер (2000) ISBN 9785457029422.

Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В., Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособие. Изд-во «Лань»; Изд-во «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» (2009) ISBN 97858114

Назайкин А. Использование интернет-ресурсов в медиарилейшнз//Журналист. Социальные коммуникации (2011) № 1.

Булавкина Л. «Роман» со СМИ, или как преуспеть в PR без серьезных расходов//Маркетинговые коммуникации (2006) № 1.

Электронды ресурстар

Менеджмент туралы білімнің ағылшын тілді онлайн-нұсқаулығы. Кіру режимі: <https://www.managementstudyguide.com/communication-and-public-relations.htm>

Ағылшын тілді ағартушылық портал. Кіру режимі: <https://study.com/academy/lesson/information-flow-as-a-public-relations-tool.html>

Қазақ тілді көп салалы сайт. Кіру режимі: <https://baribar.kz/student/1420/marketingtik-kommunikatsiya-zhuyesinde/>
Онлайн студенттік кітапхана. Кіру режимі: <https://studbooks.net/722797/zhurnalistika/vzaimootnosheniya>
Қоғаммен байланыс саласына бағытталған ағылшын тілді сервис. Кіру режимі: <https://www.prnewsonline.com/about>
Қоғаммен байланыс саласында кеңес беру қызыметінің сайты. Кіру режимі: <https://www.axiapr.com/blog/how-does-media-relations-work>

Тегін білім берудің онлайн бағдарламасы (ағылшын тілді). Кіру режимі: <http://www.prquickstart.org/course/three/WhatIs-MediaRelations.html>

Ағылшын тілді білім порталы. Кіру режимі: <https://www.mbasketool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/11315-media-relations.html>

Акпаратпен болісуге арналған портал. Кіру режимі: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-media-relations-pr-professionals-pr-professionals>

Olivia Fuller «PUBLIC RELATIONS AND MEDIA RELATIONS: WHAT'S THE DIFFERENCE?» January 26, 2018. Кіру режимі: <https://feareygroup.com/public-relations-vs-media-relations>

Орегон штаты университетінің қоғаммен байланысқа арналған агенттігі. Кіру режимі: <https://blogs.uoregon.edu/allen-hallpr/2018/01/31/comparing-and-contrasting-journalism-and-public-relations/>

Веб-3 порталы. Кіру режимі: <http://pr.web-3.ru/analog/prmedia/>
Houston Chronicle. Кіру режимі: <https://smallbusiness.chron.com/relationship-between-public-relations-practitioners-media-67778.html>

CP Communication сайты. Кіру режимі: <https://publicrelationssydney.com.au/a-guide-to-media-relations/>
Бренд маркетингінің экожүйесін қамтамасыз ететін жаңалықтық портал. Кіру режимі: <https://www.adweek.com/digital/the-pr-pros-guide-to-effective-media-relations/>

Школа рекламиста сайты. Кіру режимі: <http://www.advertology.ru/article21104.htm>
PR қызыметкерлерге арналған сайт. Кіру режимі: <https://www.thebalancecareers.com/public-relations-specialist-career-information-524873>

Электронды pdf оқу құралы. Кіру режимі: http://persmin.gov.in/otraining/undpproject/undp_modules/publicrelationsndlm.pdf

Студенттерге арналған портал. Кіру режимі: https://studopedia.ru/1_105791_PR-i-pressa-osnovi-vzaimootnosheniya.html
Электронды кітапхана. Кіру режимі: <https://psycho.ru/library/1124>
Менеджменттің тегін кітапханасы. Кіру режимі: <https://managementhelp.org/publicrelations/media-relations.htm>
Ақпарат алмасуға арналған портал. Кіру режимі: <http://www/evartist.narod.ru/text16/019.htm>.

References

Kochetkova A., Filippov V., Skvartsov YA., Tarasov A., Teoriya i praktika svyazey s obshchestvennost'yu [Theory and practice of public relations] Izd-vo Piter (2007) ISBN 5-469-01248-4.

Lozovskiy B. N. Kto i kak manipuliruet zhurnalistami: manipulyativnyye tekhnologii vliyaniya na sredstva massovoy informatsii [Who and how manipulates journalists: manipulative technologies of influence on the mass media] Yekaterinburg: Izd-vo Yekaterinburg. gos. un-ta (2011) ISBN 978-5-7996-0593-3.

Gundarin M. V. Teoriya i praktika svyazey s obshchestvennost'yu: osnovy media-rileyshnz [The Theory and Practice of Public Relations: Fundamentals of Media Relations] Izd-vo Forum, Infra-M (2007) ISBN 978-5-91134-150-3.

Shumovich A. Velikolepnyye meropriyatiya. Tekhnologii i praktika Event Management [Great events. Technology and practice event management] Izd-vo Mann, Ivanov i Ferber (2000) ISBN 9785457029422.

Tul'chinskiy G. L., Gerasimov S.V., Lokhina T. Ye. Menedzhment spetsial'nykh sobityi v sfere kul'tury [Management of Special Events in the Sphere of Culture] Ucheb. posobiye. Izd-vo «Lan»; Izd-vo «PLANETA MUZYKI» (2009) ISBN 97858114

Nazaykin A. ispol'zovaniye internet-resursov v mediarileyshnz [The use of Internet resources in media relations] //Zhurnalist. Sotsial'nyye kommunikatsii (2011) № 1.

ulavkina L. "Roman" so SMI, ili kak preuspet' v PR bez ser'yeznykh raskhodov ["Roman" with the media, or how to succeed in PR without serious expenses] //Marketingovyye kommunikatsii (2006) № 1.

Electronic resources

English-language online guide on management education. Kirw rejimi: <https://www.managementstudyguide.com/communication-and-public-relations.htm>

English-language educational portal. Kirw rejimi: : <https://study.com/academy/lesson/information-flow-as-a-public-relations-tool.html>

Qazaq tilidi köp salalı sayt. Kirw rejimi: https://baribar.kz/student/1420/marketingtik-kommunikatsiya-zhuyesinde/Studencheskaya_onlayn_biblioteka. Kirw rejimi: <https://studbooks.net/722797/zhurnalistika/vzaimootnosheniya>

An English-language service focused on public relations. Kirw rejimi: https://www.prnewsonline.com/about_Website_for_Public_Consultation_Services. Kirw rejimi: https://www.axiapr.com/blog/how-does-media-relations-work_Free_Online_Education_Program

English-language educational portal. Kirw rejimi: <https://www.mbakool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/11315-media-relations.html>

The portal for sharing information. Kirw rejimi: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-media-relations-pr-professionals-pr-professionals>

Olivia Fuller «PUBLIC RELATIONS AND MEDIA RELATIONS: WHAT'S THE DIFFERENCE?» January 26, 2018. Kirw rejimi: <https://feareygroup.com/public-relations-vs-media-relations>

Oregon University Agency for Public Relations. Kirw rejimi: <https://blogs.uoregon.edu/allenhalpr/2018/01/31/comparing-and-contrasting-journalism-and-public-relations/>

Web 3 portal. Kirw rejimi: <http://pr.web-3.ru/analog/prmedia>

Houston Chronicle. Kirw rejimi: <https://smallbusiness.chron.com/relationship-between-public-relations-practitioners-media-67778.html>

CP Communication. Kirw rejimi: <https://publicrelationssydney.com.au/a-guide-to-media-relations/>

Innovative portal providing brand marketing ecosystems. Kirw rejimi: <https://www.adweek.com/digital/the-pr-pros-guide-to-effective-media-relations/>

Shkola reklamysta portal. Kirw rejimi: <http://www.advertology.ru/article21104.htm>

Website for PR staff. Kirw rejimi: <https://www.thebalancecareers.com/public-relations-specialist-career-information-524873>

Electronic pdf handbook. Kirw rejimi: http://persmin.gov.in/otraining/undpproject/undp_modules/publicrelationsndlm.pdf

Obrazovatel'nyy portal dlya studentov. Kirw rejimi: https://studopedia.ru/1_105791_PR-i-pressa-osnovi-vzaimootnosheniy.html

Elektronnaya biblioteka. Kirw rejimi: <https://psycho.ru/library/1124>

Free library of management. Kirw rejimi: <https://managementhelp.org/publicrelations/media-relations.htm>

Portal dlya obmena informatsiyey. Kirw rejimi: <http://www//evartist.narod.ru/text16/019.htm>.

3-бөлім

**ЭЛЕКТРОНДЫ АҚПАРАТ
ҚҰРАЛДАРЫ**

Раздел 3

**ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА
ИНФОРМАЦИИ**

Section 3

**ELECTRONIC MASS
MEDIA**

¹Kovalchuk I., ²Barlybayeva S.

¹Master of 2 course at the Faculty of Journalism, al-Farabi Kazakh national university,
Kazakhstan, Almaty,

²doctor of historical sciences, professor, al-Farabi Kazakh national university,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: tv.headmaster@gmail.com

SPACE PROGRAMS OF KAZAKHSTAN

The article deals with the development of space in Kazakhstan, the state programs in the field of space industry, which affect the overall telecommunications development, on satellite broadcasting in the country. The beginning of the space era begins with the launch of the Soviet satellite in 1957. Since that time, practical development of outer space for the transmission of information over long distances has begun. The advantages of satellite communication were immediately appreciated, they make satellite communications a unique and effective means of transmitting information. The specificity of Kazakhstani communications is determined by the special geographical location of the country. With a low population density, large transit traffic flows through Kazakhstan. These conditions create favorable prerequisites for the development of satellite communications in the country.

The purpose of the article is to show the development of the space industry and the implementation of state programs in the space sphere in Kazakhstan. In many countries, the strategic importance of information and communication technologies, telecommunications and aerospace industry is realized. Socio-economic conditions in Kazakhstan up to the 1990s of the last century did not contribute to the realization of this task. Thanks to purposeful state policy, this goal has become real now in the 21st century.

Key words: space programs and projects, information technologies, telecommunications, space industry, satellite communications, satellite TV.

¹Ковалчук И., ²Барлыбаева С.

¹2 курс магистранты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы к.,

²Т.Ф.Д., профессор, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы к., e-mail: tv.headmaster@gmail.com

Қазақстанның ғарыштық бағдарламалары

Мақалада еліміздің спутниктік хабар таратуы мен жалпы телекоммуникациялық дамуына ықпал ететін ғарыш саласындағы мемлекеттік бағдарламалар мен Қазақстандағы ғарыш саласының дамуы жайлы айтылады. Ғарыш ғасыры 1957 жылғы кеңестік спутниктің ұшырылуынан бастау алды. Сол кезеңнен бастап ғарыш кеңістігінде ұзақ қашықтықтан ақпарат таратуға тәжірибелер жасалуда. Қазақстанның коммуникация елдің ерекше географиялық орналасу жағдайымен анықталады. Халықтың аз қоныстануына қарамастан Қазақстан арқылы үлкен транзиттік трафик өтуде. Бұл жағдайлар елдегі спутниктік байланыстың дамуына мүмкіндік беруде.

Мақаланың мақсаты – Қазақстандағы ғарыш саласындағы мемлекеттік бағдарламалар мен ғарыш саласының дамуын көрсету. Қөптеген елдерде ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, телекоммуникациялық және аэроғарыштық индустрия саласындағы стратегиялардың маңыздылығы мойындалған. 1990 жылдардың соңына дейін Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық жағдайы бұл міндеттердің жүзеге асырылуына мүмкіндік бермеді. XXI ғасырда бұл мақсат арнайы қабылданған мемлекеттік бағдарламалардың нәтижесінде жүзеге асырылуда.

Түйін сөздер: ғарыштық бағдарламалар мен жобалар, ақпараттық технологиялар, телекоммуникациялар, ғарыштық индустрия, спутниктік байланыс құралы, спутниктік ТВ.

Ковальчук И., Барлыбаева С.

¹магистрант 2 курса, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

²д.и.н., профессор, Казахский национальный университет им. аль-Фараби,

Казахстан, г. Алматы, e-mail: tv.headmaster@gmail.com

Космические программы Казахстана

В статье изучается развитие космоса в Казахстане, государственные программы в области космической отрасли, которые влияют на общее телекоммуникационное развитие, на спутниковое вещание в стране. Начало космической эры начинается с запуска советского спутника в 1957 году. С этого времени началось и практическое освоение космического пространства для передачи информации на большие расстояния. Преимущества спутниковой связи сразу были по достоинству оценены, они делают спутниковую связь уникальным и эффективным средством передачи информации. Специфика казахстанских коммуникаций определяется особым географическим положением страны. При низкой плотности населения через Казахстан идет большой транзитный трафик. Эти условия создают благоприятные предпосылки для развития спутниковой связи в стране.

Цель статьи – показать развитие космической отрасли и реализацию государственных программ в космической сфере в Казахстане. Во многих странах осознана стратегическая важность информационно-коммуникационных технологий, телекоммуникационной и аэрокосмической индустрии. Социально-экономические условия в Казахстане вплоть до 1990-х годов прошлого столетия не способствовали реализации этой задачи. Благодаря целенаправленной государственной политике эта цель стала реальной в настоящее время, в XXI веке.

Ключевые слова: космические программы и проекты, информационные технологии, телекоммуникации, космическая индустрия, средства спутниковой связи, спутниковое ТВ.

Introduction

The beginning of the space era begins with the launch of the Soviet satellite in 1957. Since that time, practical development of outer space for the transmission of information over long distances has begun. The advantages of satellite communications were immediately appreciated. The communication link via the satellite repeater has a large bandwidth, covers huge distances, due to the low level of interference can transmit information with high reliability. These advantages make satellite communications a unique and effective means of communicating information. The specificity of Kazakhstani communications is determined by the special geographical location of the country. With a low population density through Kazakhstan, there is a large transit traffic, and therefore domestic communications must have a high transit capacity. These conditions create favorable prerequisites for the development of satellite communications in the country. Forecasting the development of satellite television, it can be assumed that on satellites that have a sufficiently long lifetime, it is possible to replace analogue channels – digital ones. The beginning of the development of satellite television in sovereign Kazakhstan was made in the early 1990s after the state project of the national satellite TV broadcasting "Zharyk" was implemented in the republic. In 1991, through the Russian satellite retransmitter "Horizon-80E", and later in 1994

from the satellite "Intelsat-57E" the program of the Republican Television was adopted. Since that moment, Kazakhstan has begun to purchase satellite receiving equipment. Simultaneously with the "Zharyk" project, another commercial project on the reception and retransmission of foreign satellite television programs was developing. After the launch of new satellites after 1997, into the zone of which Kazakhstan got, the more intensive development of satellite TV began in the republic. Currently, the most popular companion is "Espress-6". Broadcasting four Russian channels. From foreign satellites reception is possible in most areas of the republic. The most popular foreign satellites in Kazakhstan: PanAmSat with MTV, BBC, CNN and five Indian channels; the second satellite - Intelsat 703/704 transmits European programs and Chinese programs.

Materials and methods

The sources of the research are works, articles of Kazakh and Russian researchers on the telecommunications industry, space projects and programs of Kazakhstan, on the development of the space industry in various countries of the world. The actual material of the study is: state programs and projects in the space sphere, statistics on satellite broadcasting in the world and in Kazakhstan, articles in the mass media of Kazakhstan on the topic of telecommunication development in the country. The main research methods are: the principles of historical, dialectical, complex and system analysis, the basic concepts of

the development of television broadcasting, the generalization of historical, socio-political and information phenomena acting as the main factors of mass communication processes.

Literature review

The authors of this article relied on the studies, works of Kazakh and Russian scientists in the field of telecommunications industry, in the space sphere. Among Kazakh scientists, it should be noted works: M.K. Barmankulov "Possibilities of space TV" (Barmankulov M.K., 1993), Barlybaeva S.Kh. Cable and satellite broadcasting in Asia "(Barlybayeva S. 1997), Barlybaeva S., Rahimzhanova G. New media in the world and in Kazakhstan (Barlybayeva S., Rahimzhanova G., 2013), collective monograph" Information development of the XXI century «(2014) and others. In the field of telecommunication development, cable and satellite broadcasting, studies are conducted by G. Bakulov «Cable and satellite broadcasting in Europe» (Bakulev G., 1996), N. Golyadkin. «A short essay on the formation and development of domestic and foreign television» (Golyadkin, 1996), Tkacheva N.V. On the way to the information society «(Tkacheva N., 2000), Sapunov V.M. Philosophical problems of mass information and TV and radio communications» (Sapunov V., 1998) and other works, which reflect the development trends of the telecommunications industry and the space sphere of development in the world and in Kazakhstan.

Review and discussion

The information and space industry is moving to a new level of development. The space industry is one of the priority and knowledge-intensive areas of society. Leading countries of the world are making significant efforts to increase their space potential. In 2002, the volume of capital investments in the development of technologies for world space activities grew more than twofold as compared with 1996. Participation in space relations determines the political prestige of the modern state, its economic, scientific, technical and defense power. In many countries, the strategic importance of information and communication technologies, telecommunications and aerospace industry is realized. Socio-economic conditions in Kazakhstan up to the 1990s of the last century did not contribute to the realization of this task. Thanks to purposeful state policy, this goal has become real at the present time. In 2005, the volume of the telecommunications market in the country was estimated at \$ 1.5 billion. Our country in terms of the number of hours spent in space ranks third after Russia and the United States. Kazakhstani scientists and specialists prepared and successfully im-

plemented 4 complex programs of research and experiments onboard the Mir orbital complex and the International Space Station with the participation of Kazakh cosmonauts T. Aubakirova (1991), T. Musabaeva (1991, 1998, 2001), A. Aimbetov (2015). The country has created scientific, technological and organizational prerequisites for the development of space activities, has accumulated a certain scientific and technical potential (Meluhin I.S., 1997:3).

Leading countries of the world are making significant efforts to increase their space potential. In 2002, the volume of capital investments in the development of technologies for world space activities grew more than twofold compared to 1996. In 2003, according to the consulting firm «Euroconsult», the financing of space programs amounted to: in Russia - 245 million dollars, the European Union - 4.515 million, India - 500 million, Japan - 2.257 million, the United States - 15 billion dollars. In recent years, space telecommunication systems, as well as remotely sensed means and methods are actively growing in the world. Only in the past five years, revenues in the satellite communications sector increased from \$ 7 billion to \$ 14 billion in 2003 (Brown T. 2005:8).

In January 2004, US President George W. Bush unveiled a new national space strategy at the headquarters of NASA. The ultimate goal of the program is to land on Mars in two or three decades. The flight to the Red Planet must be preceded by an expedition to the Moon, where it is planned to build a permanent base. In 2005, NASA announced the resumption of manned flights to the Moon in 2018. The same intention was announced by the authorities of China and Malaysia. The flight of the first Chinese astronaut on the «Sacred Rook-6» cemented the PRC's success in the space sphere. India announced the beginning of the tenth five-year plan for the exploration of outer space. She intends to spend 1.63 billion dollars on this plan, while only 592,000 dollars were spent for the implementation of the Ninth Five-Year Plan. Breaks into a big space and Brazil. One of the reasons for this interest is economic: experts seriously consider the issue of mining the main lunar fossil - helium 3. The European spacecraft Smart-1 has been launched into the lunar orbit (Brown T., 2005:8).

As shown, the USA, Russia and China are leaders in the number of space orbital launches. The second conditional category of countries in terms of the number of space launches, after the Top 3 countries, are the EU countries, India, Japan. The third conditional category includes countries with the least number of space launches - Israel, Iran and North

Korea. In the period 2010-2015 in the EU countries the number of orbital launches was from 6 to 11 units. In India, in the same period, there has been a steady increase in the number of space launches - from 3 in 2010 to 6 in 2016. Japan from 2010 to 2015 produced from 2 to 4 launches, whereas in 2016 the number of scheduled launches was 2 units. It is worth noting that in 2016 the number of orbital launches in all the above-mentioned countries decreased. Taking into account the huge territory, low population density, diversity of natural conditions and mineral resources, the development of satellite communications and space monitoring systems is an important direction for the republic. In Kazakhstan, in accordance with the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Kazakh SSR of March 13, 1991, No. 166, a targeted integrated program «Kazakhstan-Space» was developed, later named «Garish», which laid the main directions of space research in Kazakhstan. In 1997, the Space Research Institute of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan started developing proposals for the creation of a multi-purpose space platform for the transfer of payloads to low and geostationary orbits. Every year the country's needs for space resources are increasing. At present, for the rental of satellite resources, Kazakhstani operators pay \$ 18 million a year to foreign satellite companies (Brown T., 2005:8).

In 2004, the country adopted the sectoral program «Development of the National Space Monitoring System of the Republic of Kazakhstan for 2004-2006», which is based on the key priorities of the «Kazakhstan-2030» Strategy. In Astana, the Space Monitoring Center, created by the Ministry of Education and the Institute of Space Research Republic of Kazakhstan on the basis of the Eurasian National University.

In January 2004, at the meeting of the presidents of Kazakhstan and Russia, historical documents were signed, opening a new stage in the development of bilateral relations, giving a new impetus to the operation of the Baikonur cosmodrome. The Agreement on the development of cooperation on the effective use of the complex was signed and a Memorandum on further development of cooperation on the issues of ensuring the functioning of the Baikonur complex was signed. Russia has its own interests in preserving Baikonur - both economic and geopolitical. In turn, Kazakhstan is also interested in preserving the Russian presence at the cosmodrome - this is objectively the guarantee that the country will participate in the development of the space industry, while not all countries have such an opportunity. So, under the

agreement of Russia and Kazakhstan, the lease term of the Baikonur cosmodrome was extended from 2020 to 2050, and the rent for Russia since 1994 remained the same - \$ 115 million per year. Russia, in turn, undertook to decommission the Proton toxic rocket, in exchange for a new and safe Angara missile, on the basis of which in 2004 Russia and Kazakhstan signed an agreement on the creation of the Baiterek missile and space complex on the territory of Kazakhstan, which is under construction. In this regard, the joint experience of Russia and Kazakhstan is a strategic vector, aimed at the development of the above-mentioned areas.

The role of Baikonur in the implementation of the country's space programs is great. More than 1200 launches of space rockets were carried out from its sites. Approximately 1,400 space vehicles for military, scientific and economic purposes, as well as commercial satellites, have been launched into various orbits. The first lunar station, the first «Venus», the first «Mars» also started from Baikonur. The spaceport remains the world's most working cosmodrome. To the important directions of development for our republic it is possible to carry joint Kazakhstan-Russian projects in space exploration. On Baikonur on the day of his 50th birthday (November 2005), Russian President Vladimir Putin said: «Kazakhstan is a natural cosmic power not only because here is Baikonur. Cooperation between Russia and Kazakhstan in this important area for both countries can be extremely effective and built for many decades to come. « The President of Kazakhstan N.Nazarbayev emphasized that investing money in the space industry is an investment in the future. This is the most profitable investment in new technology and new technologies, which are sought all over the world. We have such a unique opportunity. (Kazakhstan's truth, 2005:3).

In Kazakhstan, the State Program "Development of space activities in the Republic of Kazakhstan for 2005-2007" was adopted. More than 44 million tenge was allocated for its implementation. The program was implemented with the participation of Russian enterprises, also with the participation of organizations of other space powers. The goal of the Program is to develop space activities that contribute to strengthening national and information security, socio-economic and scientific and technical development of the RK through the effective use of space technologies. New prospects of space activity and cooperation in this sphere are opening. Kazakhstan from the lessor becomes an equal partner of space powers. Kazakhstan, which has declared itself as a state of industrial

and innovative development, will enter the world high-tech market for spacecraft launch services, create a national communications and broadcasting system on its own satellite, master the technology of satellite control and management, form the basis for integration with the world community in the field of space activities. (http://iwep.kz/files/attachments/article/2016-09-15/_-.pdf).

And the first step in the implementation of this program was the creation and launching of the Kazakh communication and broadcasting satellite "Kazsat" into the geostationary orbit. The satellite "Kazsat-1" was launched on June 18, 2006. In 2011, Kazsat-2 was launched, which provides the country's needs for television and radio broadcasting services and facilitates the transition to digital broadcasting. In 1996, at the 49th session of the UN General Assembly, the Republic of Kazakhstan was accepted as a member of the UN Committee on the Peaceful Uses of Outer Space. In 1997, it joined the five main UN treaties on outer space. The adoption of the Law "On Space Activities of the Republic of Kazakhstan" made it possible to regulate the entire operation of Kazakhstan's space infrastructure. In 1995, according to the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Kazakhstan "On the National Satellite System for Broadcasting and Data Transmission", the Katelko joint-stock company was established, which provided for the development of a national network and the transfer of state broadcasting programs to the satellite. Throughout the world, including the CIS countries, there is a steady trend towards an increase in the number of programs broadcast from the satellite. Therefore, the programs are replaced and translated into the digital broadcasting standard. New forms of broadcasting, based on modern technological achievements, are steadily increasing the level of proposals for the residents of the republic (http://iwep.kz/files/attachments/article/2016-09-15/_-.pdf).

Conclusion

A serious basis for space cooperation between Kazakhstan and Russia is laid, as a result of which a

powerful breakthrough will be made not only in the space sphere, but also across the whole range of new technologies. For the right to cooperate with our country in terms of implementing the largest space programs, several world-famous enterprises are arguing at once. According to experts, Kazakhstan in 7-10 years, subject to sufficient funding of all projects and cooperation with leading foreign partners, can enter the top ten space powers in the world (<http://rfcaratings.kz/5248>).

On October 6, 2016, the President of the Republic of Kazakhstan signed Decree No. 350 on the formation of the Ministry of Defense and Arousal Industry of the Republic of Kazakhstan. The main directions of the Ministry's activity are the implementation of the state policy in the field of defense, aerospace and electronic industry, information security in the field of information and communication (cybersecurity), mobilization training and mobilization, formation and development of the state material reserve, participation in the implementation of a unified military and technical policy and military - technical cooperation, leadership in the formation, deployment and implementation of the defense order. In general, about 1.5 billion US dollars were financed in the country over the past 10 years for projects in the space industry. Thus, 15.5 billion tenge was allocated from the Republican budget for financing space activities in 2014; 10.4 billion tenge - in 2015; 7.5 billion tenge - in 2016. (http://kodeksy-kz.com/norm_akt/source).

The Republic of Kazakhstan, like some countries that have many years of experience in the space industry, has set a course for commercialization, by renting land-based space complexes and communications satellites, information support services, space tourism, and the military-defense industry.

At present, the aerospace industry is one of the strategic components of the country's economic development. One hundred and twenty-five countries of the world participate directly or indirectly in space activities, more than two dozen of them create and launch their own spacecraft. Moreover, space is not only economic and scientific interest of countries, but also profitable business.

Литература

- Бакулев Г.П. Кабельно-спутниковое вещание в Европе. – М., 1996.
- Барманкулов М.К. Возможности космического ТВ. – Алматы: Білім, 1993.
- Барлыбаева С.Х. Кабельно-спутниковое вещание в Азии. – Алматы: КазНУ, 1997.
- Барлыбаева С., Рахимжанова Г. Новые медиа в мире и в Казахстане: Учебное пособие. – Алматы: КазНУ, 2013.
- Браун Т. Орел, обнимающий солнце//Казахстанская правда, 18 ноября 2005.-С.8.

- Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного ТВ. – М., 1996.
Информационное развитие XXI века: Коллективная монография. – Алматы: КазНУ, 2014.
Казахстанская правда, 26 ноября 2005. – С.3
Мелюхин И.С. Информационное общество: проблемы формирования и развития (Философский анализ): Реферат докторской диссертации. – М., 1997.
Сапунов В.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации. – М., 1998.
Ткачева Н.В. На пути к информационному обществу. – М., 2000.
http://iwep.kz/files/attachments/article/2016-09-15/_-.pdf
<http://rfcaratings.kz/5248>
http://kodeksy-kz.com/norm_akt/source

References

- Barmankulov M.K. Vozmozhnosti cosmicheskogo televideniya, 1993 [Possibilities of space TV, 1993].
Barlybayeva S.Kh. Cabelnoe i sputnikovoe veshanie v Azii.-Almaty: KazNU, 1997.[Cable and satellite broadcasting in Asia, 1997].
Barlybayeva S., Rakhimzhanova G. Novye media v mire I v Kazakhstane.-Almaty: Uchebnoe posobie, 2013.[New media in the world and in Kazakhstan.-Almaty: Textbook, 2013].
Bakulev G. Cabelnoe i sputnikovoe veshanie v Evrope.-M., 1996 [Cable and satellite broadcasting in Europe, 1996].
Braun T. Orel, obnimayushchiy solntse // Kazakhstanskaya pravda, 2005, 18 noyabrya.- S.8.
[Eagle, hugging the sun // Kazakhstan's truth, 2005, November 18 .- P.8].
Golyadkin N.A. Kratkii ocherk stanovleniya I razvitiya otechestvennogo I zarubezhnogo televideniya.-M., 1996 [A short essay on the formation and development of domestic and foreign television, 1996]
Informazionoe razvitiye XXI veka: Collectivnaya monographia.-Almaty: KazNU, 2014. [Information development of the XXI century: Collective monograph.-Almaty: KazNU, 2014].
«Kazakhstanskaya pravda», 2005, 26 noyabr'.S.3[Kazakhstan's truth, 2005, November 26.P.3.]
Meluhin I.S. Informatsionnoye obshchestvo: problemy stanovleniya i razvitiya (filosofskiy analiz). Avtoreferat doktorskoy dissertatsii [Information Society: Problems of Formation and Development (Philosophical Analysis). Author's abstract of the doctoral dissertation]. - M. - S.3.
Sapunov V.M. Filosofskie problemy massovoi informazzii i teleradiokommunikazii.-M., 1998 [Philosophical problems of mass information and TV and radio communications, 1998].
Tkacheva N.V. Na puti k informacionnomu obshhestvu.-M., 2000.[On the way to the information society, 2000].
http://iwep.kz/files/attachments/article/2016-09-15/_-.pdf
<http://rfcaratings.kz/5248>
http://kodeksy-kz.com/norm_akt/source

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім Раздел 1

Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, зан, экономика Журналистика: общество, язык, история, политика, закон, экономика

Ibrayeva G.	
The image of Astana as an international platform for holding peace talks on the solution of the armed conflict in Syria	4
Mussayeva B.A., Nello Barile	
Formation and development of media literacy in Kazakhstan.....	10
Есенбекова Ұ.	
Қоғамдағы саяси процестердегі бұқаралық коммуникация қуралдары	18
Жанабаев К., Тургенбаева А.Ш., Каныбек Л.А.	
Заимствование устных приемов жырау и письменно-литературной традиции Абая Акытом Улимжиулы ...	26

2-бөлім Раздел 2

Ақпарат әлемі Мир информации

Shyngyssova N.T., Skripnikova A.I.	
Polylingual periodicals of Kazakhstan.....	38
Myssayeva K.	
Kazakhstan's TV impact on political news.....	46
Муканова Г.К., Абыхадырова А.М.	
Уникальное издание XIX века о казахах-исследователях Центральной Азии	55
Dudinova E.I., Mukhamadiyeva L.I.	
International news in the aspects of transboundary information and propaganda: system determinants	63
Оразбекова З.С.	
Социально-нравственная проблематика казахской послевоенной публицистики	71
Губашева Д.Т., Жетпісбаева М.С., Шакенова А.М.	
Қоғаммен байланыстағы коммуникация және БАҚ	78

3-бөлім Раздел 3

Электронды ақпарат Электронные средства
құралдары информации

Kovalchuk I., Barlybayeva S.	
Space programs of Kazakhstan.....	94

CONTENTS

Section 1

Journalism: society, language, history, policy, law, economy

Ibrayeva G.	
The image of Astana as an international platform for holding peace talks on the solution of the armed conflict in Syria	4
Mussayeva B.A., Nello Barile	
Formation and development of media literacy in Kazakhstan.....	10
Yessenbekova U.M.	
Means of mass communication in the political processes of society.....	18
Zhanabayev K., Turgenbayeva A., Kanybek L.,	
Borrowing by Akyt Ulimzhuly of oral techniques of Zhyrau and the written and literary tradition of Abai	26

Section 2

World of information

Shyngyssova N.T., Skripnikova A.I.	
Polylingual periodicals of Kazakhstan.....	38
Myssayeva Karlyga	
Kazakhstan's TV impact on political news.....	46
Mukanova G.K., Abdykhadyrova A.M.	
The Unique Edition of the XIX Century About Kazakhs-Researchers of Central Asia	55
Dudinova E.I., Mukhamadiyeva L.I.	
International news in the aspects of transboundary information and propaganda: system determinants	63
Orazbekova Z.S.	
Socio-moral problems of Kazakh post-war journalism	71
Gubasheva D.T., Zhetpisbaeva M.S., Shakenova A.M.	
Communication of public relation and media.....	78

Section 3

Electronic mass media

Kovalchuk I., Barlybayeva S.	
Space programs of Kazakhstan.....	94