

ISSN 1563-0242
eISSN 2617-7978

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ХАБАРШЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЪ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

HERALD

of journalism

№1 (59)

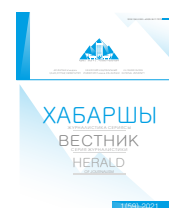
Алматы
«Қазақ университеті»
2021



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ № 1 (59), наурыз

ISSN 1563-0242
eISSN 2617-7978



04.05.2017 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінде тіркелген

Қуәлік №16493-Ж.

*Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады
(наурыз, маусым, қыркүйек, желтоқсан)*

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

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

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Медеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)
Мысаева К.Н., филол. ғ.к., доцент, (ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)
Антипов К.В., э.ғ.д., профессор, Иван Федоров атындағы Мәскеу мемлекеттік баспа университеті (Ресей)
Беккер Р., з.ғ.д., Н. Коперник атындағы университеті, халықаралық қатынастар факультетінің деканы (Польша)
Браун М., ф.ғ.д., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)
Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Рамазан А.Ә., филол. ғ.д., профессор, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Сұлтанбаева Г.С., саяси ғ.д., профессор, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.к., профессор, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Жетписбаева М.С., филос.ғ.к., аға оқытушы, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Мухамадиева Л.И., аға оқытушы, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)
Тлеубаева Н.Д., аға оқытушы, эл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ

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

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



Министерство образования и науки
Республики Казахстан
Официальный интернет-ресурс
Комитета по контролю в сфере
образования и науки



РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС
НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ
Science Index



Жоба менеджері

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

Редакторлары:

Гүлмира Бекбердиева, Агила Хасанқызы

Компьютерде беттеген

Айша Қалиева

ИБ № 14322

Пішімі 60x84 ¹/₈. Көлемі 5,25 б.т. Офсетті қағаз.
Сандық басылыс. Тапсырыс № 2354.
Эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, эл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Эл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2021

1-бөлім

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

Section 1

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

Раздел 1

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

Selim Chazbijewicz

University of Warmia And Mazury, Poland, Olsztyn,
Ambassador of Poland to Kazakhstan,
e-mail: schazbijewicz@gmail.com

**PRINTED PUBLICATIONS AND PUBLIC ORGANIZATIONS
OF POLISH-LITHUANIAN TATARS: THE SECOND HALF
OF THE 19TH CENTURY AND THE 20TH CENTURY**

At the end of the 19th and the beginning of the 20th century, there was a national revival of the Polish-Lithuanian Tatars connected with the general atmosphere in Europe where nationalism was a key ideology, as well as with the increase of the national feelings among the Muslim nations of the Russian Empire, and with the effort of a group of Polish Tatar young intellectuals.

The purpose of the article is to present the results of research on the content of the media, literature and cultural values of the Polish-Lithuanian Tatars in Russia in the late nineteenth and early twentieth centuries.

In Saint Petersburg, at the end of the 19th century, there was a quite large settlement of the Polish and other inhabitants of the Empire. According to the statistical data, in 1900, there were 50,000 Poles living there, that stood for 3,57% of the city population. The same statistics shows that there were about 5,800 Tatars from Crimea, the Volga Region, and Siberia settled in Saint Petersburg. In these numerous national mosaics there also were the Polish-Lithuania Tatars.

In Saint Petersburg, activists of national Pan-Turkism and Pan-Islam movements in Russia were educated. Among them one could also find Polish-Tatar students from such families as Achmatowicz, Kryczyński, Sulkiewicz, Bazerewski, et al. At that time, at the beginning of the 20th century, Leon Kryczyński began to be an organizer and leader. He descended from the old, landowner Tatar knez (royal) family of Najman Mirza Kryczyński, originated from the knez family of Nejman-Piotrowicz, one of the oldest Tatar aristocratic family of the Grand Duchy of Lithuania.

Key words: Polish-Lithuanian Tatars, ideology, national feelings, Russian Empire, intelligence.

Селим Хазбиевич

Ольштындағы Вармия және Мазур университеті, Польша, Ольштын қ.
Қазақстандағы Польша Елшісі
e-mail: schazbijewicz@gmail.com

**Польша-Литва татарларының баспа басылымдары мен
қоғамдық ұйымдары: XIX ғасырдың екінші жартысы және XX ғасырдың басы**

XIX ғасырдың аяғы мен XX ғасырдың басында поляк-литва татарларының ұлттық жаңғыруы басталды, мұның өзі ұлтшылдық жетекші идеологияға айналған Еуропадағы жалпы көңіл-күймен, сонымен қатар Ресей империясындағы мұсылман халықтары арасында ұлттық сезімдердің өсуімен, сондай-ақ бір топ жас поляк татарлары зиялыларының күш-жігерімен байланысты болды. Мақаланың мақсаты – XIX ғасырдың аяғы мен XX ғасырдың басындағы Ресейдегі поляк-литва татарларының БАҚ контенті, әдебиеті мен мәдени құндылықтары туралы зерттеулердің нәтижелерін ұсыну.

Петербург XIX ғасырдың аяғында империяның басқа да тұрғындарымен бірге поляктардың да үлкен тобы шоғырланған ортақ үй болды. Статистикаға сәйкес, 1900 жылы мұнда 50 мың адам өмір сүрген. Поляктар қала халқының 3,57%-ын құрады. Сол статистикаға сәйкес Санкт-Петербургте Қырым, Еділ және Сібірден келген 5,8 мың татар өмір сүрген. Бұл үлкен ұлттық ою-өрнекте поляк-литва татарлары да бар.

Санкт-Петербургте Ресейдегі ұлттық, пантюркистік және панисламистік қозғалыстардың белсенділері тәрбиеленді, олардың арасында Ахматовичтер, Крычинскийлер, Сулькевичтер, Базаревскийлер және басқалар сияқты отбасылардан өрбіген поляк татарлары да болды. Дәл сол кезде, XX ғасырдың басында Найман князі Мырза Крычинскийдің ескі асыл тұқымынан шыққан Леон Крычинский ұйымдастырушылық және жетекшілік рөлін атқара бастады. Мырза Крычинский Литва Ұлы Княздігінің татар ақсүйектерінің ежелгі отбасыларының бірі Найман-Пiotrowичтер отбасынан еді.

Түйін сөздер: поляк-литва татарлары, идеология, ұлттық сезім, Ресей империясы, зиялылар.

Селим Хазбиевич

Варминско-Мазурский Университет, Польша, г. Ольштын
Посол Польши в Казахстане,
e-mail: schazbijewicz@gmail.com

**Печатные издания и общественные организации
польско-литовских татар: вторая половина XIX – начало XX вв.**

В конце XIX и начале XX вв. началось национальное возрождение польско-литовских татар, связанное с общей атмосферой в Европе, где национализм стал ведущей идеологией, а также с растущими национальными чувствами мусульманских народов Российской империи. Важное значение имели в этом контексте усилия молодой интеллигенции польских татар.

Цель статьи – представить результаты исследований контента СМИ, литературы и культурных ценностей польско-литовских татар в России конца XIX, начала XX столетия. Петербург в конце XIX века был домом для большой колонии поляков и других жителей империи. По статистическим данным, в 1900 году здесь проживало 50 тысяч человек. Поляки составляли 3,57 % населения города. По той же статистике в Санкт-Петербурге проживало 5,8 тысячи татар из Крыма, Волги и Сибири. На этой большой национальной мозаике также изображены польско-литовские татары, их общественная жизнь и печатная практика.

В Санкт-Петербурге получали образование активисты национального, пантюркистского и панисламского движений в России, среди которых были и польские татары из таких семей, как Ахматовичи, Крычинские, Сулькевичи, Базаревские и другие. Именно тогда, в начале XX века, Леон Крычинский, выходец из старинного дворянского рода Найманского князя Мирзы Крычинского, становится организатором и руководителем национальных инициатив польско-литовских татар. Мирза Крычинский происходил из рода Найман-Пиотровичей, одной из старейших семей татарской аристократии Великого княжества Литовского.

Ключевые слова: польско-литовские татары, идеология, национальные чувства, Российская империя, интеллигенция.

Introduction

Brothers Leon and Olgierd Najman Mirza Kryczyński participated actively in the movement of Muslim nations in Russia's rebirth, after 1920 they were instrumental in building the Tatar Polish reality. Leon Kryczyński was a leader, a publisher, an activist, and a writer. After 1935, he lived in Gdynia acting as a vice-president of a regional court. He was an editor-in-chief and in practice the publisher of 'Rocznik Tatarski', which actually was more of an almanac than a periodical. Three volumes of 'Rocznik Tatarski' were issued, they were a basis for scientific research on the Polish-Lithuanian Tatars as well as for this group's self-identification. In 1939, he was killed by Germans in Piaśnica. Olgierd Kryczyński was also a social and political leader of the Polish Tatars, the chairman of Muslim Community in Warsaw, the prosecutor of the Supreme Court in Poland, and was killed by NKVD (The People's Commissariat for Internal Affairs) in Smolensk in 1941.

The most well-known Tatars of this period were Alexander Sulkiewicz, Maciej Sulkiewicz and Jakub Szykiewicz. Aleksander Szulkiewicz descended from the old Tatar aristocracy and was a close colleague and a friend of Marshal Piłsudki from the early period of fighting for independence.

He was one of the co-founders of PPS (The Polish Socialist Party) and was in charge of smuggling the underground newspaper published by PPS – 'Robotnik' through the border of the Russian Partition. After a split in the party, he supported Józef Piłsudski and organized the future Marshal's escape from a prison in Saint Petersburg. He was killed in 1916 as a soldier of 1st Brigade of the Polish Legions.

Maciej Sulkiewicz, Aleksander's cousin and General Lieutenant of the Russian Army after the February revolution of 1917, was an organizer of the Muslim Corps on the Romanian front. It consisted of Muslim soldiers and officers from the former the Imperial Russian Army. After the corps disarmament by Germans, he went with officers to Crimea, where, from June to October 1918, he was acting Prime Minister and was the Minister of Foreign Affairs and War of the Crimean People's Republic until the Crimean Tatars declared the independence. After that the General Denikin Volunteer Army seized Crimea. He went to Azerbaijan where he was the Chief of Staff and was responsible for organizing an army for the country, which was independent for a short time. In 1929 he was killed by Bolsheviks in Baku.

Jakub Szykiewicz, a graduate in oriental philology from Berlin University, was a religious leader of the Polish Tatars. At the 1st All-Polish Muslim Con-

gress in Vilnius in 1925 he was elected a mufti – the head of Islam in Poland. After the war, he emigrated to Egypt and the USA.

Stefan Tuhan Mirza Baranowski should also be mentioned here as a publicist, a historian, and editor-in-chief of 'Życie Tatarskie', a monthly issued from 1934 to 1939 by the Cultural and Educational Union of Tatars in Vilnius. This organization was formed by the Kryczynsky brothers and it existed from 1926 to 1939. Its aim was both national revival and self-help as well as the improvement of the education level among the Polish Tatars. This union organized common rooms, folk bands, lectures, as well as balls, games and youth meetings. The organization's role into the maintenance of the Tatar tradition between war in Poland is of incredible importance.

In the period of the Second Polish Republic, the Tatar population in Poland amounted to six thousand people. They lived in the northeast provinces: Wilno District and Nowogródek District. In Poland, between the years of 1918 and 1938, there were 17 mosques, 2 houses of prayer and 19 religious communities associated with the Muslim Religious Union in Poland, headed by a mufti. Three press titles were issued: 'Przegląd Islamski', a quarterly from 1930-37 in Warsaw, 'Życie Tatarskie' a monthly from 1934-1939 in Vilnius, and 'Rocznik Tatarski' a scientific and social-literary journal. Vilnius was a cultural and social center for the Tatars in the inter-wars period.

During the Second World War, there was the Supreme Military Imamate of Polish Muslims at the headquarters of the Polish II Corps of the Polish Armed Forces in the West operating till 1947. On 26th and 27th September in the same year, the 1st General Assembly of the Polish Muslims in Great Britain appointed the Supreme Imamate of the Polish Muslims in Great Britain, which closely cooperated with the Polish centers in exile. The chief imam, Emir Bajraszewski, was a member of the 4th National Council of Poland assisted by August Zaleski, the President of Poland in Exile. The Imamate published its own periodicals such as 'Komunikat' and later 'Głos z Mainaretu'.

The Tatar Community in Poland, after 1945

In 1945, Pomerania was a destination of the first groups of Tatar people, citizens of the Polish Republic from former districts: Wilno District and Nowogródek District; the former districts of Wawkavysk and Grodno, and other places in the Borderlands. The Tatar community came on the grounds of so called 'repatriation' with the Polish people. This 'agreement' between the Polish and the Soviet gov-

ernments did not include the Tatar minority. Those Polish Tatars who had written in their documents 'the Tatar nationality' as a declared nationality had difficulties obtaining the required entry permit. It was not a huge ethnic group. According to the data of January 1939, there were six thousand Polish citizens of the Tatar nationality who were Muslims. A large number of Tatars were conflicted about leaving their established properties, especially rural people. There were also those who wanted to wait for clarification, from their point of view, of the unstable political situation, expecting the borders of Poland to return to their pre-war locations. Tatars came mainly because of the so called 'Recovered Territories' directed by PUR (State Repatriation Office). They arrived in small groups numbering from a dozen to a few families, or just single families among the Polish ones. The majority of Tatar people came to Gdansk and Pomerania or to the Western Territories from 1945 to 1949, after that, departures occurred up until the 1970s. Although there were sporadic, individual departures, the majority of Tatars settled down during the time period mentioned above. Those who left the Soviet territories represented people mainly from the urban population, intelligentsia, or former Tatar landowners. These people were the most aware of the character and duration of changes, they felt the most vulnerable to Soviet power. In new Poland, despite the system transformation, most Tatars felt quite safe.

After the Second World War, the border changes and the expulsion of the Polish people named for 'repatriation', the centers of religious and social life on the Borderlands became extinct. There was also a pause in the culture of small ethnic and religious groups, among them Polish Muslims – Tatars. In 1945, a 'cultural odyssey' of these people began. Those Tatars, who decided on 'repatriation' often did not have a choice, and together with the Polish population were directed by transports to Pomerania and the Recovered Territories in the west districts of Poland. Part of Muslim-Tatar population settled down in Warsaw.

After the trauma caused by the war and the explosion of the new authorities' activities, Muslim-Tatars tried to organize themselves. It is impossible to provide a full description of the post war period because of the lack of records – much of the archival materials disappeared, lost by the Tatar activists who were not aware of the importance and need for the collection of materials. It is a well-known fact that in 1946 the Central Muslim Community in Warsaw was formed. Since 1946, the Polish Muslims going from the Borderlands to the west came

in a few or in a dozen families. The majority of Tatars arrived between 1945 and 1950. The migration lasted until 1956. In the 1960s, single families or people came from the east border to establish residence. A map of the Tatar settlement after the Second World war is a map of the Muslim settlement as well. Tatars settled in the following places: Gdansk, Elblag, Trzcianka Lubuska, Gorzów Wielkopolski, Krosno Odrzańskie, Szczecinek, Szczecin, Poznań, Wrocław, Jelenia Góra, Wałbrzych, Oleśnica, and Bydgoszcz. Despite this, the traditional venues of Tatar-Muslim settlement are Warszawa, Białystok, Sokółka, Suwałki, Bohoniki and Kruszyniany in the Podlaskie District.

The Muslim Religious Association was officially reactivated in 1947 led by Jakub Romanowicz. This association was restarted based on a 1935 act about the state's relation to Muslim religion which was changed in 1947. According to these changes, the Supreme Muslim Association College and its President are in charge of the Association. The College members and the president were not clerics, since in Islam there are no clerics in the Christian sense. The next president was Emir Tuhan Baranowki. The Muslim Religious Association consists of 6 religious communities in Gdańsk, Białystok, Warszawa, Gorzów Wielkopolski, Bohoniki and Kruszyniany. There are wooden historical mosques dated to the turn of the 18th and 19th centuries in Bohoniki and Kruszyniany. The Muslim Community in Gdansk was organized in 1960. At the same time (1960) the Muslim Community in Białystok was formally established. In the 1980s, the city authorities gave a small building on Grzybowa Street to the community. This is a house of prayer as well as a place for the community board's meetings or for religious gatherings. In 1991, a prayer house on Wiertnicza Street in Wilanów was opened for use. This house of prayer was founded by the Muslim states' embassies in Poland. Due to these funds and the input of their own Tatar society, the wall and the mortuary in the Tatar cemetery in Powązki on Tatarska Street was renovated. In 2001, another Muslim community was established in Bydgoszcz.

In 1992, the Union of the Polish Tatars was registered as an ethnic, cultural and social organization which aims to represent the interests of the Tatar people. So far, the Union of the Polish Tatars has had three branches in Gdańsk, Białystok, and Warsaw. Publishing has been ongoing. Periodicals include: 'Rocznik Tatarów Polskich', a scientific, literary and social journal; 'Życie Tatarskie' a social bimonthly; 'Świat Islamu' a quarterly; in addition, 'Wydawnictwo Rocznika Tatarów Polskich' pub-

lishes books. The last book issued there is 'Herbarz rodzin tatarskich Wielkiego Księstwa Litewskiego' written by Dumin. At present this publishing and editorial action functions as a kind of folklore substitute. Especially today, the Polish Muslims try to generate a new model of activity corresponding to the reality of Poland and Europe.

The Tatars of Pomerania – an Example of Participation in the Polish Social Life

Before 1945, with some exceptions, there had been no settlement of the Polish-Lithuanian Tatars in either Gdańsk or in Vistula Pomerania. These exceptions represent historical episodes connected with the Tatar presence in the neighborhood of Gdansk rather than settlement situations. The first one occurred during the 13 Years' War and was related to the battle of Nieszawa. The Teutonic military attack on ships on the Vistula River near Nieszawa was put down by Kazimierz IV Jagiello's army, in large part due to the Polish-Lithuania Tatars who were in the King's personal guard. The second one was when the Tatars took part in the last war with the Teutonic Knights during the reign of Zygmund I the Old. The next was when the Tatars cut wartime food provision delivered to Gdańsk by land during the Siege of Gdańsk in the days of Stefan Batory. It must be mentioned that a small number of Tatars living in the interwar period were not in Gdansk, but in Gdynia. Leon Najman Mirza Kryczynski lived in this place since 1935. He was a leader of the cultural movement of the Polish Tatars and was editor-in-chief of 'Rocznik Tatarski', a journal of culture, science, literature and society that depicted the history and culture of the Polish-Lithuania Tatars. This periodical played a key role in solidifying the self-awareness of the ethnic Tatar people in Poland. Leon Kryczynski was a vice-president of a Regional Court from 1935 to 1939; he was killed by Germans in Piaśnica in 1939. The second prominent person was Dżennet Dżabagi Skibniewska. She was a daughter of a leader of the Caucasian nations in exile in Poland. She fought in the battle of Gdynia and later served with the Commander-in-Chief Staff in London. After the Second World War, Ms. Skibniewska returned to Poland, to Gdynia. She was an active participant in Tatar society life.

From 1945-1946, a huge group of Tatars from Vilnius came to Gdansk. Imam (cleric) Ibrahim Smajkiewicz went with them. He organized these people's religious life slowly as needs and opportunities arose. He conducted holiday prayers, led the ceremony of the newborn babies' admission to Islam, and provided services at funerals and wed-

dings. It happened without any official registration of a religious Muslim organization, in private places, however, out of necessity on the advice of then authorities.

The Tatars, who had come to Gdansk decided to work in factories and state-owned plants in the Polish administration throughout Tricity. They were employed in the administration of justice, hospitals, and PZU (State Insurance Company). For instance, Aleksander Sulkiwiecz was one of the organizers of Polish jurisprudence in Gdansk. Beginning in July 1945, he served as a judge of the Regional Court in Gdansk, was a founder of the Court Civil Department and later the Commercial Department, and finally served as the president of the 2nd Civil Department of Appeal. Ali Szmajkiewicz, a son of Imam Ibrahim Szmajkiewicz, started to work for PZU; he organized the Department of Commercial and Industry Insurance in a PZU regional branch. Michał Korycki worked in the hospitals of Gdansk. He was a doctor, a graduate from the Medicine Faculty of Stefan Batory University in Vilnius. With the passing of time, the Polish Tatars took up maritime jobs they had never done before, such as Raszyd Alijewicz, an ocean-going captain, or Bekir Milkamanowicz, a long-term telegraph operator on the PLO (Polish Ocean Lines) ships.

Since 1946, the Muslim Community in Gdansk has operated as a port for the Muslim Religious Association led by Ibrahim Szmajkiewicz. The Community had not had any legal regulations yet.

In 1953, Ibrahim Szmajkiewicz died, and he was buried in the Garrison Cemetery in Gdansk on Henryk Dąbrowski Street. Due to an agreement with the cemetery board, a Muslim sector was assigned that still exists today. Ali Szmajkiewicz, his son, took over imam duties, and Lut Micha, the Imam of Białystok together with Bekir Radkiewicz, the Imam of the Tatar parish in Gorzów Wielkopolski, came to Gdansk if necessary. The young generation of Tatars led an intensive social life as a substitute for former social activity.

In 1955, Emir Tuhan Baranowski became the new chairman of the Muslim Religious Association in Poland. In 1959, in turn, the 1st Muslim population census in Poland was conducted by the Supreme College of the Muslim Religious Association. The census revealed that one hundred and forty people of Tatar ancestry professing Islam were living in Gdansk and Elbląg. Upon this group's request, the All-Polish Muslim Congress decided to form the Muslim Religious Commune with its registered office in Gdansk, which formally was set up on 20 September 1959. The Muslim Religious Commune is a part of

the Muslim Religious Association. Its legal status was obtained by the decision of the Regional National Council in Gdansk of 28 April 1960, Ref. No. IV 576/60. According to the Statutes, the Commune is led by a board whose number has changed but has been consistently staffed. The Board term lasts for four years with the possibility of an extension. The ultimate authority of the Muslim Religious Commune has been vested in the General Assembly of the Members with the right to vote for anyone above 18 years old. Every Polish citizen of Muslim faith could be a Commune member. The membership has been extended to other states' citizens with the right of permanent residence in the Polish Republic. From 1959-1961, the chairmen of the Board were successively: Leon Chazbijewicz; Alexander Jeljaszewicz, a retired cavalry captain later promoted to the rank of major and a former commander of the last squadron of the Tatar cavalry in the Polish Army – the Tatar Squadron of the 13th Wilno Uhlan Regiment; and Bekir Szabanowicz. During the process of setting up the Commune, the imam position was vacant. Maciej Chalecki who was chosen for this post resigned soon because of accommodation problems. He went with his family to Jelenia Góra. In 1963, Bekir Jakubowski was appointed to this position but also was forced to quite due to workload. It must be mentioned that all positions in the religious commune were performed without financial reward as a public service. The next imam, Adam Szabanowicz, gave up his position in 1965 because of the necessity to leave Gdansk. From 1956 to 1967, the imam post was vacant. The duties were fulfilled by Ali Szmajkiewicz on an ad-hoc basis. From September 1967 to September 1984, Ali Szmajkiewicz, a graduate from the Law Faculty of Stefan Batory University in Wilno, was the imam. From September 1984 to September 1995 Bekir Jakubowski served as an imam, whereas from November 1995 to September 2004, Selim Chazbijewicz was the imam. Since 2004, Hani Hraisz has taken up the imam's duties. He is an immigrant from Palestine with Polish citizenship. Maciej Milkanowicz was the long-standing chairman of the Muslim Religious Commune in Gdansk from 1962 to 1971. He also allowed his flat on Robotnicza Street in Gdansk to be used for religious needs, prayers as well as meetings and lectures. The religious gatherings of the Muslim Religious Commune were also held in Gynia-Orłowo on Perkuna Street at the house of Eugeniusz Szczęsnowicz, and at Alekander Bajraszewski's flat in Gdansk on Wieniawski Street.

All these members of the Commune gave their houses and flats for free to meet the ad hoc needs

of the community, bearing a burden as their places were adapted for joint prayers and gatherings. Between the years of 1971 and 1974, Ali Smajkiewicz was the Commune chairman, while from 1974-1977, imam Adam Alijewicz served as the chairman. In 1977, the next chairman was Konstanty Mucharski and in 1979 these duties were fulfilled by Dżemila Smajkiewicz-Murman, a pediatrician. She was the chairman for several terms until 2004 and succeeded in consolidating and integrating Commune members as well as promoting religious-cultural developments. In 2004, Tamara Szabanowicz took over the responsibilities of the chairman. Until the formal registration of the Muslim Religious Commune in Gdansk, its followers worked to obtain a place to meet their needs or a building plot to build a new religious center. In 1983, the Board applied for permission to build a mosque in the future, and surprisingly, the authorities did not deny but accepted their proposal. The Board picked a location on the corner of Polanki and Abrahama Street from many others which were available because of the good tram network. The building site, covering 1008 square meters, was granted in perpetuity to the Muslim Religious Commune by Decision of then Mayor of Gdansk on 26 January 1984, Notarial deed No. 709/84. The decision to construct a mosque was issued on 6 January 1984, whereas the construction permit was issued on 31 October 1984. The Muslim Religious Commune formed the Mosque-Building Committee. The Committee possessed the legal statue and operated independently from the Muslim Religious Commune and the Supreme College of the Muslim Religious Association. The Committee consisted of Stefan Bajraszewski – the President; Ali Milkamanowicz, Stefan Muchla – treasurer and accountant; and Tamerlan Półtorzycki, Dżemila Smajkiewicz-Murman, and Bekir Jakubowski as members.

On the 29th of September 1984, there was a ceremony to lay the foundation stone for the construction. It has to be noted that the construction stimulated the revival of Tatar ethnic and religious traditions as it was a center of activities aimed at them. It largely extended the existence of the Tatar community and its self-identification. The mosque construction was supported by the Muslim World League from Saudi Arabia, the Grand Mufti of Lebanon as well as the Committee of Muslim States Ambassadors for the Support of the Polish Muslims including the ambassadors of Turkey, Egypt, Indonesia, Morocco and Algeria. The Turkish Ambassador was the first President of the Committee. The religious commune also began to learn religious rules;

this religious training had been given sporadically before. The Mosque was named after Jamal al-Din al-Afghan, a Muslim philosopher from the middle of the 19th century and the founder of Islamic Modernism. The Mosque opening ceremony took place on 1 June 1990 with the participation of representatives from the authorities, the Catholic clergy in the person of Tadeusz Gocłowski who was the Roman Catholic archbishop, the ambassadors of Muslim States in Poland, and the delegation of Kashubian-Pomeranian Association.

In 1992, the Tatar Union of the Republic of Poland was founded, while during the inter-war period it existed as the Cultural – Educational Religious Union of Polish Tatars in the Polish Republic from 1926-1939. This Union brought back publishing with ‘Rocznik Tatarów Polskich’, a continuation of ‘Rocznik Tatarski’. The Union was very active organizing integration gatherings, meetings, conferences, and cooperation with the Tatars from Lithuania, Belorussia, Crimea, as well as a different kinds of meetings and initiatives connected with interreligious dialogue which culminated in the summit of the representatives of the Polish Tatar society and Pope John Paul II in Drohiczyn in 1999. From 1999 to 2007, Selim Chazbijewicz was the Union President and had been editor-in-chief of ‘Rocznika Tatarów Polskich’ since 1994. Obviously, the Union of the Polish Tatars cooperated closely with both the Muslim Religious Commune in Gdansk and the Muslim Religious Union. Since 2004 the Union of the Polish Tatars has been called the Union of Polish Tatars in the Polish Republic.

It is worth noting that the Tatar minority cooperated with the Gdansk Branch of the Union of Ukrainians in Poland and other minorities in this region such as Belarusian, Jewish, Karaim, Greek, and Armenian. In 2004 and 2005, Pomeranian Ethnic Days were organized under the patronage of the Marshal of Pomerania. In 2004, the Days took place in Gdynia and Sopot – there was a presentation of traditional outfits, ethnic cuisine as well as the performances by Tatar, Ukrainian and Belarusian folk bands.

Culture, Religion, Assimilation

During the six hundred years that Tatars were in the area of the Grand Duchy of Lithuania and Poland, they created their unique culture and its characteristics exclusively for the Republic of Poland Tatar inhabitants.

The Tatar settlement in the Great Duchy of Lithuania and the Crown of the Kingdom of Poland was a voluntary choice by this population. The Tatar aristocracy and nobility received state privileges

which made their social status the same as the gentry of the Great Duchy of Lithuania and the Crown of the Kingdom of Poland. However, they did not possess the passive and active electoral rights, as infidels and Non-Christians, until the end of the previous Republic of Poland. The settlement of Tatar captives in Ukrainia, Volhynia, and Lesser Poland has not left a lasting impact. These captives, mostly baptized in captivity, very quickly (by the second or third generation) entirely lost their ethnic distinctiveness. Whereas voluntary settlers, mainly political refugees, possessed religious and social freedom and retained a sense of identity for generations. Since the 16th century, they were gradually Polonised and over the years adopted the Polish language as a home language. Since the 18th century, we can observe almost complete language assimilation. Since then, the Tatar people's identity has been formed by the religion of Islam and by broad religious culture, to the point that the names 'Tatar' and 'Muslim' were treated as synonyms. Being a Tatar meant being a Muslim by this population's common understanding. After 1945, and especially in 1980s, these terms began to be separated because of the appearance of non-Tatar Muslims in Poland. Previously, non-Tatar settlers such as Turkish, Persians, Circassians and the Volga or Crimea Tatars, assimilated fast with the Polish-Lithuanian Tatars, not forming separate settlements or social groups.

The Polish-Lithuanian Tatars' culture was a synthesis of an eastern Muslim culture and a Western European one. Remote from the centers of Islam culture, they formed the lively current Turkish and Crimean-Tatar culture, to which they belonged to due to their ethnic background. The Tatars often created substitutes for Islamic forms of existence and spiritual life, which over the time began to become permanent both in spiritual and material culture.

The Polish Tatars spirituality was under the influence of the multiethnic and multicultural landscape of the Grand Duchy of Lithuania. Losing the ability to use the Tatar language during the 16th and 17th centuries, which was lost completely by the 18th century, the Tatars have created their identity mainly by the literature written by themselves, in which the tradition of Islam is depicted in the Polish language or Old Belarusian in the Arabic alphabet. This literature existed in manuscripts which were handwritten by scribes. A vast number of scientific publications have been published recently about the Polish-Lithuanian Tatars' literature. A few language and cultural layers can be distinguished in the Polish-Lithuanian Tatars' religious texts. The oldest one was Chagatai language used in the Middle

Ages, a Turkish dialect which was the language of the Golden Horde. The next texts were in Old Ottoman, Ottoman, Old Belarusian, and Polish. Taking into consideration the chronology of narratives, the thematic threads of The Golden Horde literature were continually used as the foundation for all Muslims plots. There were different types and genres of this literature until the middle of the 20th century. These genres were:

Tefsiry (arab.: *تفسير*) - The name was also pronounced as tafsir or tpsir which meant in Arabic the explanation of the Qur'an and its existence in Muslim culture, which included the Tatar Muslims of the great Duchy of Lithuania. For the Polish-Lithuanian Tatars they were manuscripts that were handicraft pieces, bound in leather, often tanned by a scribe, containing the Qur'an texts written in saffron ink which was also made locally. The Qur'an texts were written linearly, while below them in italics were comments and explanations in Polish or the Belarusian Arabic alphabet. There were often captions indicating the translation from the Ottoman texts in the margins of these books.

Tedżwidy (arab.: *تدوير*) - Also called Tajwid or Tajweed, these are coursebooks for learning how to read the Qur'an, including the rules of intonation, pauses, ways of reading, vowel vocalization, ways of realization, phonetics, and musical features of the Qur'an text form.

Kitaby (arab.: *كتاب*) - The word kitab is Arabic for 'a book'. In this case, they were sets of different content taken in the form of the Old Polish genre, *silva rerum* (Polish: *sylwa, ogrody*), containing religious literature: edifying allegories, stories from the life of the prophet Muhammad (which is known in the Muslim world as a separate genre – *sirat*), stories about other prophets, legends and religious tales, poems, magical recipes, the Tatars rulers' histories, explanations of dogma and the rules of the Islam religion, as well as prayers, local tales, local legends and stories. Kitab was a huge manuscript, often in A4 format, which used summaries called *półkitab* or *półkitabek*.

Chamał (arab.: *لحم*) - In Arabic the term means 'something which is carried'. They were prayer books, including the most recited prayers, their five-time daily order, pleading and supplicatory prayers, and calls from the Arabic *dua* (arab.: *دعاء*), which was pronounced by the Polish-Lithuanian Tatars in a Slavicized form - *duaja, duajka*, the last one as a diminutive. Chamał could also contain calendars, magic healing recipes, a list of ominous 'unwanted days', and dream dictionaries. The language of these texts was mainly Polish or

Belarusian, but explanations, comments and descriptions were written in the Chagatai language and in Old Ottoman. Arabic was used in the case of prayers and other strict ritual texts.

As one can notice, there was not a significant difference between *chamał* and *kitab* texts, there were no legends, tales or myths in the first one and it was less spacious and handier as per the name. There were so called *chamały molińskie* for the use by Imams or clergymen containing mainly a detailed description and order of ritual procedures and accompanying prayer texts.

Another genre or subgenre of *chamał* was *chamał fałdżejski* used by *fałdzeje* or fortune-tellers, witch doctors existing in the Polish Lithuanian society until the middle of the 20th century. The name originated from the Arabic word *fal'* (arab.: لاف) meaning a divination, with the added ending – *dży*, which means among others a feature. The Polish-Lithuanian Tatars pronounced it in a Slavicized way – *dżej*. Such *chamał fałdżejski* was used as a book of magic and fortune-telling. It consisted of prediction rituals, magical medical recipes, rites to remove mental diseases, rain making, etc. The literature of the Polish-Lithuanian Tatars swung between the traditions of folk and high literature, serving not only as a substitute of the lost language of folklore but also as a peculiar system of education and generational memory, becoming an important place for ethnic and religious self-identification. The last genre of this literature is *duałar*, pronounced also as *dała wary*. These were papers scrolls written in saffron ink and put with the deceased into a tomb. The rolls were up to three meter long with a width of 10-20 cm. The smaller set of prayers was carried on the chest in a leather pouch, folded into the harmonica. This is why the Tatar people called this religious talisman '*hramatka*'. There is a lot of residue of former shaman beliefs and practices which gained 'Islamic' sanction, such as in the case

of Turkish Sufi practice, especially in the *hurufije*, *jesewije* and *bektaszi* schools.

Conclusion

In the 19th century, printed literature created by the Polish-Lithuania Tatars developed. It was mainly prose connected with this ethnic community's traditions and history. There were occasionally historical works more or less based on the legends of the Tatars in Poland and in Lithuanian. It is worth mentioning a piece of work by Józef Sobolewski, a Polish Tatar and judge, published in 1830, which was the first printed testimony of the Polish-Lithuanian Tatars' ethnic and religious awareness, and what is most important is that it has been preserved. The development of the Tatar literature and intellectual movement, focusing the research on their own history and defining a place in the modern era, is connected with the publishing and coordinating activities of mentioned above brothers – Olgier and Leon Najman Mirza Kryczyński, and also essays by the last one. The publishing house mentioned previously in this article, '*Rocznik Tatarski*', was a basis for ethnic renaissance interrupted by the outbreak of the Second World War.

The example of the Polish Tatars illustrates the realistic possibility of creating a Muslim civil society in the European Union. Tartars are gaining high social status and full civil rights, which have created the Tatar citizenship in Poland. This is a very important finding for the Muslim community of the EU today. This example can also become a precedent for future social, political and experiments in civilization concerning the coexistence of Europe and Islam, the possibility of synthesizing both civilizations and cultures. Polish Tatars create a bridge linking the two worlds in terms of history. This bridge creates a common space of life and joy, as well as common values.

References

- Andrzej Drozd, *Ornitomancja Tatarów polskich*, '*Rocznik Tatarów Polskich*', Vol. 2, Gdańsk 1994, pp. 25-38; Stanisław Szachno-Romanowicz, *Planetne daławary Tatarów polskich*, '*Rocznik Tatarów Polskich*', Vol. 4, Gdańsk 1977, pp. 7-27; Mustafa Aleksandrowicz, *Legendy, znachorstwo, wróżby i gusła ludu muzułmańskiego w Polsce*, '*Rocznik Tatarski*', Vol. 2, Zamość 1935, pp. 368-376.
- Ali Woronowicz, *Kitab Tatarów litewskich i jego zawartość*, '*Rocznik Tatarski*', Vol. 2, Zamość 1935, pp. 376-395.
- Ali Woronowicz, *Szczątki językowe Tatarów litewskich*, '*Rocznik Tatarski*', Vol. 2, Zamość 1935, pp. 351-368.
- Arslan Bej (Leon Kryczyński), *Generał Maciej Sulikiewicz (1865-1920)*, '*Rocznik Tatarski*', Vol. 1, Wilno 1932, pp. 247-256.
- V. J. (Veli Bek Jedigar), *Pułk Tatarski Ułanów im. Mustafy Achmatowicza (1919-1921)*, '*Rocznik Tatarski*', Vol. 1, Wilno 1932, p. 162.
- Piotr Niwiński, '*Pohorecki*'. Ppłk Antoni Olechnowicz i Wileński Okręg Armii Krajowej w pierwszych latach powojennych, '*Rocznik Tatarów Polskich*', Vol. III, Gdańsk - Toruń 1995, pp. 49-63.

Materiały z dziejów Namiestnictwa Wojskowego Tatarów Polskich ` r. 1992, (in) "Rocznik Tatarów Polskich", Vol. III, Gdańsk-Toruń 1995, pp. 249-250.

Leon Najman Mirza Kryczyński, Tatarzy polscy a Wschód muzułmański (in:) "Rocznik Tatarski", Vol. II, Zamość 1935, pp. 1-131, Edition II (in:) "Rocznik Leon Kryczyński, Czarny Michał (Aleksander Sulkiewicz) 1867-1916. Wierny żołnierz Marszałka Piłsudskiego. Szkic biograficzny, Wilno 1932.

Tatarów Polskich", Vol. IX, Gdańsk 2004, pp. 5-120 + 16 n.p.

Jan Tyszkiewicz, Z historii Tatarów (...), op. cit., p. 87.

Marek M. Dziekan, Chamał Aleksandrowicza, "Rocznik Tatarów Polskich", Vol. 2, Gdańsk 1997, pp. 27-4.

Stanisław Dumin, Herbarz rodzin tatarskich Wielkiego Księstwa Litewskiego, Gdańsk 1999, p. 96.

Kalendarz Muzułmański 1368/1949, compiled and published by Naczelny Imamat Muzułmanów Polskich w Wielkiej Brytanii, Londyn 1949, p. 24.

O Muślimach litewskich. Z notat i przekładów litewskiego Tataru Macieja Tuhana- Baranowskiego, post mortem issue of Antoni Kruman, Warszawa 1896; Maciej Tuhan – Baranowski, Historia narodu litewsko- tatarskiego w tłumaczeniu i z przedmową Matiasa Tuhana Beka, elaborated by Tamara Bairaszeuskaite, "Rocznik Tatarów Polskich", Vol. 4, Gdańsk 1997, pp. 253-271.

Selim Chazbijewicz, Prasa tatarsko-muzułmańska w Polsce w latach 1939-1996, "Rocznik Tatarów Polskich", Vol. 3, Gdańsk-Toruń 1995, pp. 87-103.

Selim Chazbijewicz, Książka polsko- litewskich Tatarów i jej rola w kształtowaniu samoświadomości etnicznej, p. 69.

The printed work from the 17th century, entitled 'Apologia Tatarów' has not been preserved. It was written by Jakub Azulewicz as the response to anti-Tatars pamphlets, based on 'Alfrukan tatarski" by Piotr Czyzewski published in the beginning of the 17th century.

Selim Chazbijewicz, Shards of the Golden Horde: Polish (Lithuanian) Tatars. Qazaq Gazatteri, 30 November 2020, <http://mysl.kazgazeta.kz/news/15511>

N.T. Shyngyssova* , **A.I. Skripnikova** 

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: nazgul.shyngyssova@kaznu.kz

TRENDS OF TABLOID JOURNALISM IN KAZAKHSTAN

The purpose of this paper is to study the evolution and social role of tabloid journalism in Kazakhstan. The process of tabloidization involves destruction of traditional ideals, as well as raising social questions previously considered as “taboo”. The history of formation, the forecast for future development of tabloid journalism in a single country with modern media technologies is a very rare topic for the Central Asian region. The scientific and practical significance of the study lies in its novelty and the lack of similar works. To investigate the current place of tabloid journalism in the media space of Kazakhstan, a number of well-known Kazakhstan-based journalists, editors, opinion makers and bloggers were interviewed. The survey involved 100 people.

Questionnaire results were analysed manually. According to the results, a possible reason of load development is the mentality that does not allow local journalists to write about the personal lives of public figures. At the same time, it is obvious that there is a new perspective for tabloid journalism in relation to the public sphere. The practical value of the study is lies in identification the main problems in this area. Many Kazakhstani media that, according to the criteria, could be considered tabloids, do not declared themselves as such, because of the possible fall in the image. It is also interesting to consider Kazakhstani tabloid trends, which are influenced to a significant degree by economic, rather than political, factors. Thus, it appears that the development of characteristics of tabloid journalism is at the forefront of market-driven journalism. So, knowing the main problems of the media sector, it will be easier to show the prospects for its development.

Key words: Kazakhstan, tabloid media, journalism, democracy.

Н.Т. Шыңғысова*, А.И. Скрипникова

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

*e-mail: nazgul.shyngyssova@kaznu.kz; *e-mail: sai.kz@mail.ru

Қазақстандағы таблоидтық журналистиканың бағыттары

Бұл мақаланың мақсаты Қазақстандағы таблоидтық журналистиканың эволюциясы мен әлеуметтік рөлін зерттеу болып табылады. Медиалық таблоидтау процесі дәстүрлі идеалдарды жоюды қамтиды, сонымен қатар бұрын «тыйым» деп саналған әлеуметтік тақырыптарды көтереді. Заманауи медиа-технологиялары бар елде таблоидтық журналистиканың қалыптасуы мен даму тарихы – тұтастай алғанда Орталық Азия аймағы, оның ішінде Қазақстан үшін өте сирек кездесетін тақырып. Зерттеудің ғылыми және практикалық маңыздылығы оның жаңашылдығымен және осы тақырыптағы зерттеулердің сиректігіне байланысты. Қазақстан Республикасының бұқаралық ақпарат құралдарындағы таблоидтық журналистиканың қазіргі жағдайын айқындау үшін бірқатар танымал қазақстандық журналистермен, редакторлармен және блоггерлермен сұхбат өткізілді. Сауалнамаға 100 адам қатысты. Сауалнама нәтижелері қолмен талданды.

Зерттеудің практикалық құндылығы – медиа саланың негізгі проблемаларын анықтау. Алынған мәліметтерге сәйкес, таблоидтардың баяу дамуының себебі – жергілікті журналистерге саясаткерлердің, танымал адамдар мен қоғам қайраткерлерінің жеке өмірі (соның ішінде меншік) туралы ашық жазуға мүмкіндік бермейтін менталитеттің болуы. Белгілері бойынша таблоидқа жатқызылатын көптеген қазақстандық БАҚ имиджінің түсіп кетуінен қауіптеніп, өздерін бұл санатқа жатқызбайды. Бүгінде таблоидтық журналистикаға демократия дамуына ықпал ету мүмкіндігін қоса, қоғамдық салада үлкен перспективалар пайда болғаны анық. Таблоидтық журналистиканың ерекшелігі немесе қазақстандық тренді – оған саяси факторлар емес, экономикалық және психологиялық факторлар көбірек ықпал етеді.

Түйін сөздер: Қазақстан, таблоид, журналистика, демократия.

Н.Т. Шынгысова*, А.И. Скрипникова

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

*e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz

Тренды таблоидной журналистики в Казахстане

Целью данного исследования является изучение эволюции и социальной роли таблоидной журналистики в Казахстане. Процесс таблоидизации медиа включает в себя разрушение традиционных идеалов, а также поднимает социальные темы, ранее считавшиеся «табу». История становления и развития таблоидной журналистики в стране с современными медиатехнологиями – весьма редкая тема для центральноазиатского региона, и для Казахстана, в частности. Научная и практическая значимость исследования заключается в его новизне и отсутствии предшествующих работ по данной тематике. Для освещения современного положения таблоидной журналистики в медиапространстве РК были проведены интервью с известными казахстанскими журналистами, редакторами и блогерами. В опросе приняли участие 100 человек. Результаты анкетирования проанализированы вручную.

Практическая ценность исследования заключается в выявлении основных проблем медиасектора. Согласно полученным данным, возможной причиной замедленного развития таблоидов является менталитет, который не позволяет местным журналистам открыто писать о частной жизни (в т.ч. об имуществе) политиков, селебрити и общественных деятелей. Многие казахстанские СМИ, которые в соответствии с критериями могут быть причислены к таблоидам, боятся признавать себя таковыми из-за возможного падения имиджа. В то же время очевидно, что для таблоидной журналистики сейчас появляются колоссальные перспективы в общественной сфере, в том числе в способности оказывать влияние на развитие демократии. Особенностью или казахстанским трендом таблоидной журналистики является тот факт, что на нее в большей степени влияют экономические и психологические, а не политические факторы.

Ключевые слова: Казахстан, таблоид, журналистика, демократия.

Introduction

Whatever media technology may be applied, tabloid journalism seems to have become a persistent cultural phenomenon of modern society (Gossel, 2014). The rise and development of tabloid journalism, in combination with wider processes shaping the media, has moreover led to a debate about “tabloidization,” involving ideas about shifting priorities in journalism and the media landscape as a whole (Johansson, 2020). Apart from this, the history of formation, the forecast for future development of tabloid journalism in a single country is a very rare topic for the Central Asian region for several reasons.

The rise of tabloid journalism is largely associated in developed Western society with the improvement in social and economic conditions of the population leading to an increasing demand for sensational news above basic needs (Popović, 2014). In recent years marked by steady globalization, tabloidization as a phenomenon has moved beyond its conventional borders: geographically, politically and economically.

Kazakhstan, a former Soviet Union republic, which has been moving towards world democratic standards over the past years, represents an interesting model of a developing country for the study of the wider role of tabloid media in society

as well as its evolution. At the same time, there have been a limited number of studies devoted to the development of media in Kazakhstan, most notable ones focusing on inter-ethnic issues and the political system specifics (Schatz, 2009; Tussupova, 2010).

Since the country gained independence in 1991, modern journalism in Kazakhstan has experienced turbulent development. Following the initial rise of pluralism in early 1990s, the state has gained significant control of the range of topics covered by mass media (Richter, 2008). As a result, the country experienced a slump in the freedom of press rankings (Becker, 2007), a trend which was somewhat reversed in recent years as the country adopted a more open approach to the development of the civil society, based on the OECD principles (OECD, 2015). Still, there exists an unwritten ‘taboo’ in raising certain topics by the mainstream local media, relating, for example, to the country’s political system or cultural norms. The latter are arguably very closely related in terms of emotional associations leading to such topics being avoided by the mainstream media, as evidenced by our study, results of which are presented below. Introduction of additional legal frameworks for the quality and content of journalistic articles may further reduce both their scope and impact on the development of civil society in Kazakhstan (Amendments to the Law of the Republic of Kazakhstan on Information and Communications, 2018).

Before we will start talking about the problems of this sector, first of all, it is necessary to give a basic definition of the main concepts, which we will rely on: tabloid – a type of newspaper that has smaller pages, many pictures, and short reports (Cambridge Dictionary, 2019). The tabloids often attract readers with sensational headlines. Some newspapers will choose to be tabloids and cover crime, scandal, disaster, and soft news. The tabloids, it seems, are not associated with mobilization, but then nor are they associated with much political malaise either (Cambridge English Corpus, 2019). A very similar definition can be found in other explanatory dictionaries: tabloid - a newspaper that is about half the page size of an ordinary newspaper and that contains news in condensed form and much photographic matter (Webster Dictionary, 2019). According to the interpretation of the term taken from domestic encyclopedia “Journalism of Kazakhstan”: tabloid is a small-format newspaper with concise text and catchy announcements, photographs, and flashy headlines (Kozybaev, et.al., 2006).

The origins of the term “tabloid” are disputed. According to the most-plausible explanation, the name derives from tablet, the product of compressed pharmaceuticals. Tabloid – a combination of tablet and alkaloid – was a trademark for tablets introduced by Burroughs, Wellcome & Co. in 1884. Within a couple of years, the connotation of being compressed was transferred to other entities and activities, including a new kind of reporting that condensed stories into a simplified, concentrated style (Gossel, 2014).

Alfred Harmsworth’s conception of a tabloid, however, referred not to the reduced size of the newspaper but to the economical use of printing space, which he filled with short stories, short paragraphs, and simple sentences.

There are many more vocabulary definitions of the term in question, but all of them give similar characteristics in one way or another. With such consistency in the definition of the tabloid itself, there is a significant difference in the approach to tabloid journalism.

According to D. Gossel, tabloid journalism is a type of popular, largely sensationalistic journalism that takes its name from the format of a small newspaper. Tabloid journalism is not, however, found only in newspapers, and not every newspaper that is printed in tabloid format is a tabloid in content and style (Gossel, 2014). So, even from this definition it follows that the concepts of tabloid and tabloid journalism are different. And these concepts are often confused among themselves in Kazakhstan.

For example, the newspaper is classified as a tabloid in content, although by technical characteristics it is not. And vice versa.

On the other hand, many Kazakhstani media that, according to afore-cited criteria, could be considered tabloids, do not consider themselves as such, because of the possible fall in image.

Let’s move on to another aspect of the issue. If we will speak about the history of the tabloid, we will get the fact, that the history of tabloid’s development in Kazakhstan and in the world is different.

In the early 21st century several traditional British broadsheet newspapers, such as “The Independent”, “The Times”, and “The Scotsman”, changed to the smaller size, preferring, however, to call it “compact” format. On the other hand, one of the most-popular tabloids in Europe, the German “Bild-Zeitung”, was long printed as a broadsheet before shifting, as did many German newspapers, to a format that was smaller than a broadsheet but bigger than the standard tabloid (Salas, 2018).

In the initial stages of the formation of the own media, as such, pure tabloids in Kazakhstan did not exist at all; ranked among them all the first commercial publications that were not distributed by subscription through mail or government organizations, but were sold. The term tabloid itself was also practically not used. The situation has changed dramatically in recent years.

There are appeared such media that officially declare that they adhere to the tabloid format. For example, the “Bolshaya Gazeta”, which has now ceased to exist, was described in the Internet space as follows: “Bolshaya Gazeta” is a tabloid with information about the most important events in the country and in the world, in the field of politics, economy, culture, sports, secular life. It has a very wide readership, mainly people with wealth and good purchasing power, most of them men and women aged 25-44, with higher education, and senior and middle managers. “Bolshaya Gazeta” helps to easily navigate in event-saturated space, and also always allows to know about world trends and news (Hh.kz, 2014). “Bolshaya Gazeta” became a kind of initiator among the media. It proved that you can openly call yourself a tabloid and at the same time not lose, but, on the contrary, build up your audience and bring financial profit to founders. Over time, many Russian mass media “came” to Kazakhstan, including one of the most successful and long-lived tabloids “Life for the whole week. Kazakhstan”. According to the data for 2021, the circulation of this media today is 93,000 copies.

Literature review

So far there have been very few studies of the state of tabloid journalism in Kazakhstan. This paper focuses on uncovering the role of tabloid journalism in Kazakhstan, as a country undergoing transition towards world democratic standards being influenced by local mentality and cultural norms.

As it was said before, modern scientific and even non-scientific literature containing information on Kazakhstan's tabloids either is absent or contains very little information. As a rule, a personal subjective assessment is given to one or another tabloid media.

For example, famous traveler T. Johnson describes his acquaintance with the first tabloid of independent Kazakhstan in such way: My guess is that if you spoke to 100 people on the street at random you would discover that about 80% are carrying a small supply of a sunflower seeds... They will purchase a single glass measure of seeds that will be wrapped up in a page from last week's "Caravan" newspaper that has been specially rolled into a cone shape for this purpose... "Caravan" newspaper was a popular hardcopy tabloid newspaper in the 1990s and beyond. You always knew when a new edition had come off the press because it was immediately hawked at street intersections by men and woman standing perilously close to passing vehicles, sometimes in between lanes (Johnson, 2015).

In the publication of the encyclopedic format "Cultures of the world. Kazakhstan", the author P. Guek-Cheng, describing Kazakhstani media, calls the tabloid the newspaper "Caravan" (Guek-Cheng, 2001). That, perhaps, is the whole spectrum of information that can be found about Kazakhstani tabloids in the public domain on the Internet.

Here we can ever argue with the authors, since the first issues of "Caravan" newspaper cannot be attributed to the tabloids according to its content and format. Changes in the format and content of the newspaper are also described in other sources. "Caravan" is the first commercial weekly newspaper of Kazakhstan. It was created in 1991 by B. Hiller The media changed its owners several times, changing its direction ... Interesting articles, interviews, analytics, news (about politics, sports, culture, business, etc.) are published on the newspaper's pages (Wikipedia.org, 2019).

Perhaps the majority classifies this mass media as a tabloid even in the early years of its existence because of the great popularity, which is evidenced by high print runs. They are explained by domestic researchers of the journalism's history as follows: from the very beginning, the "Caravan" took

orientation to all segments of the population - from pensioners who profess orthodox communist views, to a market-oriented intellectual elite. Perhaps this is precisely why the newspaper began to not only be called the «people's newspaper», but also to rapidly gain circulation... Also in the first year of existence, «Caravan» organized its own retail network. Another reason for the rapid increase in circulation and popularity among readers is the use of a technique not previously seen in the Soviet press - the publication of free private ads (Kozybaev, et.al., 2006).

Since the staff of the newspaper repeatedly raised political issues, and the newspaper in the early years of its existence was a political force that could influence on the audience's opinion. The key materials of the media are described in detail in the article "The direction of the "Caravan" changed every time with a change of ownership" (Azattyq.org, 2011).

Although the newspaper's modern issues clearly appear in tabloid format, there is still no information on the official website that the media considers or positions itself as such.

The current circulation of the newspaper is more than 250 thousand copies in all cities of Kazakhstani and the official website of the newspaper, as well as its pages on social networks, are among the most popular in the Republic.

So, after a review of the literature, we can already conclude that the world opinion about Kazakhstani tabloids has not yet been formed. Moreover, in the wide scientific space there is no factual material on this topic. There are no scientific publications in which a distinction would be given which Kazakhstani newspapers can be attributed to tabloids and which not.

Another trend that can be deduced from the available literature is neglect of tabloids.

Surely, hearing the word "tabloid", many people have a similar associative series: tabloid press - scandals - rumors - gossip - dubious information - frivolous publications - yellow press (Sokolova, 2008). All this associative series is linked with low-base information.

Also, regarding the live of tabloids in the Republic, Deputy of the Mazhilis D. Nazarbayeva spoke out: the rapid modernization and digitalization of the media has brought problems. Simplified access to the Internet opened the way not only for talented people who want to express themselves, but also to adventurers, criminals, propagandists of all stripes, theorists and practitioners of terrorism, sowers of hostility and hatred. The so-called trolls,

the invisible fighters of information wars, as well as the producers of fake-news, became a real disaster. Against this background, the tabloids look pretty decent (Kursiv.kz, 2018). As can be seen from the above quote, tabloids in Kazakhstani society continue to be associated with negative phenomena, although not the most urgent ones.

Methods & methodology

To investigate the current place of tabloid journalism in the media space of Kazakhstan, a number of well-known Kazakhstan-based journalists, editors, opinion makers and bloggers were interviewed. The survey involved 100 people (women and men over 25). We believe that the data obtained from a given number of people can be objective, since the total number of constantly working journalists in the Republic of Kazakhstan is not so large. The survey was conducted in the territory of Kazakhstan. Questionnaire results were analyzed manually, without using computer programs, which significantly reduces the risk of incorrect interpretation of the answers. Duration of the study: from May 2018 to October 2019. Since the editorial offices of all the major media outlets are located in Almaty, and there are branches of the capital's media, this city was chosen as the place of the research.

The survey languages were Kazakh and Russian, but most of the interviewees (80%) represented the affluent Russian-speaking members of the press. The interviewees represented various media sources, including "Forbes Kazakhstan" magazine, "Caravan" and "Kapital" newspapers, "365info.com", "Ratel.kz" and "Nur.kz" news portals, as well as independent social media bloggers. This paper aims at uncovering the general trends and views as suggested by the obtained responses. It must be noted that less than 50% of original interviewees responded to the questions in full.

The questionnaire included questions about characteristics of tabloid journalism in Kazakhstan in the last ten years, its impact on the society, negative and positive aspects, influence on the quality of journalism, as well as the forecast of the future of tabloid journalism in Kazakhstan. Below we list the questions and make provide details on the answers.

Characterize the evolution of tabloid journalism in Kazakhstan over the recent years.

Is there a benefit in tabloid journalism for the wider society?

What are the negative aspects of tabloid journalism?

What is your forecast on the development of tabloid journalism in Kazakhstan?

Does tabloid journalism have an influence on the quality of press, in general?

Each participant in the survey could give a detailed answer without any length restrictions.

Research & results

1. In their answers to the first question the media specialists of Kazakhstan demonstrated certain nostalgia for the past time, mentioning that the tabloid journalism of the past in Kazakhstan had been more entertaining and easy-going. One editor emphasized that tabloid journalism has grown significantly over the past ten years as a business, i.e. it learnt a lot about its target audience and feeding it with "hot" content. Several respondents suggested that tabloid journalism in its classical format does not exist in Kazakhstan even at the present time. Scandals occurring in the social media are transferred to newspapers and news websites. Journalists do not hunt for tabloid news, do not search for newsmakers, and there are no paparazzis, because editors are not ready to pay "big money" for exclusive content. It is worth noting that the general opinion among the interviewees was that tabloidization of press plays a central role in the declining standards of journalism. Another intriguing opinion, which could not be ignored, was that, in some respect, all media in Kazakhstan had tabloid characteristics. In some cases, even serious media outlets would be willing to publish tabloid material, including gossips, and the borderline between facts and "fake news" was very thin.

2. Surprisingly, when asked if tabloid journalism brought benefits to the society, all respondents answered positively. Specifically, it was claimed to be important as a source of entertainment, as a distraction and a recreation tool, especially during struggling economic times. In this respect, the impact of tabloid media was compared to social media.

In their answers Kazakhstani opinion makers described tabloid journalism as a channel to transfer any type of information, both trustworthy and controversial, between its sources and consumers. It was also suggested that the wide coverage generated by the tabloid media played an important role in uncovering wrongdoings, including criminal activities of people with power, including corrupt officials and wealthy business people.

Tabloid media was described as more 'rebellious' than mainstream sources, as it was willing to raise a range of questions previously considered 'taboo' in Kazakhstan's wider society, such as inter-racial and interethnic marriages, teenage pregnancy, etc. Thus, it contributed towards higher transpar-

ency and accountability among the members of the society.

One of the significant aspects mentioned by the respondents was that journalists in the tabloid realm of the business have independence to choose and report on a wide range of issues, which is commonly restricted in mainstream news media. However, this impartiality and freedom acted as an essential element of popular journalism.

Among the threats of tabloid journalism to the society the following were mentioned most frequently: contribution towards intellectual regression of the society, circulation of unfounded information and gossips, generation of 'fake' ideals for the younger audience, infringement into people's private matters.

3. Regarding the negative characteristics of Kazakhstani tabloid press, the respondents gave such description: superficial; spoof; fake; lacking ethical norms; in pursuit of sensations; provocative; on the edge of violating intellectual property rights. Arguably, this raises a question of tabloid journalism acting as an economic tool to enhance profitability of media companies. The respondents mentioned also addictiveness as one of the negative aspects. In terms of the nature of interaction with the consumers, tabloid press was seen as focused on simplified delivery of information. The readers of tabloid press were expected to consume material without much critical thinking and analysis. This resulted in misleading of the public opinion and diverting its attention from serious problems in the society.

4. The respondents stated that with the current government and political regime in the country, tabloid journalism would only get more prominent in the foreseeable future. Many journalists expressed an idea that the tabloid media would develop even faster than before, because of the deteriorating economic conditions, as more people would be willing to turn towards the alternative reality of gossip, scandal and the life of celebrities and rich people.

Kazakhstani bloggers stated that it was clear that tabloid journalism would not disappear. But with the adoption of the new mass media law the accents in the coverage would change. They expressed hope that the quality and trustworthiness of the tabloid media would improve in the future, and there would be less fake news and misinformation, both for the benefit of individual companies or people and for the country, as a whole. Some editors also mentioned that they preferred the Kazakh tabloid journalism to follow modern international standards of storytelling, with stronger accent towards structured delivery of information.

5. Many Kazakhstani journalists agreed that the influence of tabloid journalism on quality press was demonstrated in a number of different aspects. Thus, tabloid media was described as very popular among the readers, it set media trends and had more followers than ever before.

At the same time, tabloid media created competition and an alternative view for the readers, encouraging mainstream media to fight for its audience. Some bloggers added that due to its obvious popularity and, consequently, high media traffic the tabloid media had a very strong influence both on the general public and on the quality of press. This influence could be considered as both positive and negative, as by following the tabloid trends some media sources could enhance their audience and attract advertisers, but this could be achieved at the expense of the quality of journalism.

Despite the difference in answers to specific questions, the respondents agreed on the role of tabloid media in society. Also, the majority of respondents (90%) pointed to possible reasons for the weak development of purely domestic (not borrowed) content: firstly, the editor's unwillingness to pay large sums for photos or videos from the paparazzi; secondly, the poorly developed system of investigative journalism in the country; thirdly, it is a mentality according to which it is considered unacceptable to write about the personal life of other people without their knowledge.

Conclusion

Now, it should be noted, that the trends of tabloid journalism are really firmly included in Kazakhstani realities. A vivid confirmation of this is the official statement to change the format of the country's main newspaper. Starting from January 12, 2018, the Friday issue of the "Kazhastanskaya Pravda" republican newspaper will be published in tabloid format every week. Now, when submitting materials in "Kazhastanskaya Pravda", the emphasis is on satisfying the interests of various population groups: the newspaper contains everything from official information to comics. The new trend of the publication is infographics. According to the editor-in-chief of the newspaper A. Sagimbekov, first of all, changes were made in layout and style for the Friday issue, which should be easier and less official, it will be a kind of "Kazpravda Light". And it will fully correspond to the mood of the weekend, when the reader wants to read interesting and informative materials. Gradually, the changes will affect the remaining numbers (Kazpravda.kz, 2018).

Here is how the tabloid is characterized on the pages of this media: a tabloid is a certain type of layout, which involves: printing in A3 format, which makes it possible to read a newspaper in transport, turn pages, and so on; a significant number of illustrations, often «irregular» (not quadrangular), crawling onto the text, etc. small volume of articles (often up to 1000 symbols), allowing the reader to read the article in a short time; catchy headlines made by a very large font; active using of color, including for highlighting text (Kazpravda.kz, 2018). The new model of the Kazakh tabloid, which the official media will strive for, will look something like this.

Experts consider the tendency of the transition to a tabloid format to be inevitable; the popularity of tabloids is growing all over the world. That this is not an indicator of a decline in the intellectual level of people is evidenced by the fact that a concept “business tabloid” appeared a few years ago. And now many newspapers are seriously thinking about switching to a tabloid format - more convenient and appropriate to the needs of readers (Sokolova, 2008).

If we will talk about the future development of tabloid journalism in the Republic of Kazakhstan, then, for now, television content should be excluded; and in comparison with neighboring Russia, the development and dissemination are not so noticeable, and are not supported by facts.

For example, even a School of tabloid journalism is opened in Russia.

In the new educational institution, students will be taught the basics of tabloid, sports and secular journalism. The head of the “News Media”, A. Gabrelyanov, said that the school would not have a license. According to him, classes will be organized more like continuing education courses.

According to the head of the “News Media”, the decision to create such an institution was made due to a lack of workforce. Soon, the publishing house, which publishes the newspaper “Zhizn” and “Tvoy den” (popular Russian tabloids, which are distributed in Kazakhstan as well – auth.), plans to

launch the “Lifenews.ru” information portal and the “Zhara” stars life magazine ... Students of the school will have the opportunity to take an internship in the British newspaper “The Sun” (one of the most popular tabloid on the world – auth.), which is a partner of the “News Media”, and in other projects of the publishing house (Tengrinews.kz, 2009).

A possible reason of load development is the mentality that does not allow local journalists to write about the personal lives of public figures, or the so-called celebrities.

Tabloidization as a phenomenon has become, arguably, a tool for raising ‘taboo’ questions and challenging deep lying economic and political issues. This situation is particularly relevant in Kazakhstan, a country with both economy and social life in transition. It could be argued that tabloid journalism, in contemporary Kazakhstani media practices, is moving in the direction of money-making and there are a range of significant factors that are involved in this process.

At first, there is an increasing motivation by mainstream media to switch to tabloid format, change style and news content in order to increase their readership to enhance profitability and ensure economic viability.

At the same time, it is obvious that there is a new perspective for tabloid journalism in relation to the public sphere, as the democratic function of journalism seems to take on a new interpretation through the prism of ‘tabloidization’.

This study of Kazakhstani editors, journalists, opinion-makers and bloggers appears to tell us tabloid journalism may act as a tool both for democratisation of the society and for raising ‘taboo’ questions, which have previously been neglected or avoided.

It is also interesting to consider Kazakhstani tabloid trends, which are influenced to a significant degree by economic, rather than political, factors. Thus, it appears that the development of characteristics of tabloid journalism is at the forefront of market-driven journalism.

References

- Azattyq.org (27. 07. 2011). Мамашулы А. Направление «Каравана» менялось каждый раз со сменой владельца – [The direction of the «Caravan» changed every time with a change of ownership]. Retrieved from https://rus.azattyq.org/a/karawan_news-paper_/24277868.html.
- Becker L., Tudor V. and Nusser N. (2007) An evaluation of press freedom indicators. *International Communication Gazette*. 69 (1): 5-28.
- Gossel D. (2014) Tabloid journalism. *Encyclopedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/tabloid-journalism>.
- Government of Kazakhstan (2018) On making amendments and additions to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on information and communications. Law of the Republic of Kazakhstan. Available at: http://online.zakon.kz/document/?doc_id=34205812#pos=4;-253 (in Russian).

- Guek-Cheng P. (2001). *Cultures of the world. Kazakhstan*. Marshall Cavendish: NY-London-Sydney. Times Media Private Limited. P. 85.
- Hh.kz (19.12.2014). Казахстанский таблоид «Большая Газета» и HeadHunter Казахстан стали информационными партнерами – [Kazakhstani tabloid «Bolshaya Gazeta» and HeadHunter Kazakhstan became information partners]. Retrieved from <https://hh.kz/article/news-299>.
- Johansson, S. (2020). Tabloid journalism and tabloidization. *Communication*. Oxford Research. Retrieved from <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-877>.
- Johnson T. E. (2015). *West Meets East in Kazakhstan: Life in and Around Almaty, Kazakhstan, in the 1990's from the Perspective of an American Expat*. Bloomington: AuthorHouse. - 280 p.
- Kazpravda.kz (12.01.2018). Главная газета страны теперь выходит в новом формате - [The main newspaper of the country is now published in a new format]. Retrieved from <https://kazpravda.kz/news/obshchestvo/glavnaya-gazeta-strani-teper-vihodit-v-novom-formate>.
- Kozybaev S.K., Noda L.P., Rozhkov A.V. (2006). *Journalism of Kazakhstan*. Encyclopedia. Series “Domestic Journalism”. Almaty: Economics. - 536 p.
- Kursiv.kz (23.05.2018). Шаповалова А. Дарига Назарбаева: Таблоиды на фоне интернет-тролей выглядят вполне прилично – [Dariga Nazarbayeva: Tabloids against the background of Internet trolls look pretty decent]. Retrieved from <https://kursiv.kz/news/obshchestvo/2018-05/dariga-nazarbaeva-tabloidy-na-fone-internet-troley-vyglyadyat-vpolne>.
- OECD (2015) OECD bolsters relationship with Kazakhstan – Signs Kazakhstan Country Programme Agreement. Available at: <http://www.oecd.org/economy/oecd-bolsters-relationship-with-kazakhstan-signs-kazakhstan-country-programme-agreement.html>.
- Popović V. and Popović P. (2014) The twenty-first century, the reign of tabloid journalism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 163: 12-18.
- Richter A. (2008) Post-Soviet perspective on censorship and freedom of the media: An overview. *International Communication Gazette*. 70 (5): 307-324.
- Schatz E. (2009) The soft authoritarian tool kit: Agenda-setting power in Kazakhstan and Kyrgyzstan. *Comparative Politics*. 41 (2): 203-222.
- Sokolova N. (2008). Работа в таблоиде – [Work in the tabloid]. Ch. from *Practical journalism in Kazakhstan: a practical guide*. Almaty: MediaNet International Journalism Center.
- Tengrinews. kz (30.09.2009). Владелец Life.ru откроет школу таблоидной журналистики – [The owner of Life.ru will open a school of tabloid journalism]. Retrieved from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/vladelets-liferu-otkroet-shkolu-tabloidnoy-jurnalistiki-26497/.
- Tussupova D. (2010) Mass media and ethnic relations in Kazakhstan. *Problems of Post-Communism*. 57 (6): 32-45.
- Webster M. (2019). Tabloid. *The Merriam-Webster.com Dictionary*, Merriam-Webster Inc. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tabloid>.
- Wikipedia. org (2019). Караван (газета) – [“Caravan” (newspaper)]. Retrieved from [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD_\(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD_(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0)).

N.A. Lebyedeva International Personnel Academy, Ukraine, Kiev,
e-mail: clin1874@rumbler.ru

INFORMATIONAL SUPPORT OF PUBLIC ADMINISTRATION MECHANISMS IN THE CINEMATOGRAPHIC SPHERE

In the context of the development of modern Ukrainian society, special attention regarding to cinematography is given to its informational support by means of state administration mechanisms. There is a written social agreement in the Development Strategy of the Ukrainian State 2020 for cinematography. Its main goal is the dignified place of Ukraine in the world, and its vector of the movement as the pride of Ukraine in Europe and the world, so the reform of state policy through the prism of the informational improvement in this sphere of culture is taking place.

The main aim of the article is to describe the information support by the improving of state administration's mechanisms in the context of state policy for cinematography.

Conclusions. Due the comparing of indicators allocated by public administration, analyzing scientific literature and constructing the corresponding tables, the author of this article stated that there is a lack of public financial support as for the information and media for cinematography at the international level, which has its drawbacks. It is unacceptable to politicize the art of cinema. The artists themselves have to choose whom to work with and also have an opportunity for using the information from public administration media. The financing of cinematography should not be based on the ultimate principle. Public funding is more stable than financial support offered by special funds.

Based on the results of the author's study of Ukrainian scientific sources and the experience of other countries, taking into account the negative tendencies of spiritual and moral crisis, the informational support for formation of appropriate principles of national protectionist policy on cinematography has been suggested, as well as addressing the ways of overcoming the main threats of the globalization process by highlighting specific directions for improving the practical techniques recommendations.

Key words: informational support, cinematography, state administration, mass, communication.

Н.А. Лебедева

Халықаралық кадр академиясы, Украина, Киев қ.,
e-mail: clin1874@rumbler.ru

Кинематография саласындағы мемлекеттік басқару механизмін ақпараттық қолдау

Қазіргі украиндық қоғамның даму жағдайында кинематографияға қатысты мемлекеттік даму саясатын мемлекеттік басқарудың белгілі бір механизмін қалыптастыру арқылы оны ақпараттық қамтамасыз етуге ерекше назар аударылады. 2020 жылға дейінгі Украина мемлекетін дамыту стратегиясында кинематография саласындағы жазбаша әлеуметтік келісім бар. Оның басты мақсаты – Украинаның әлемдегі лайықты орны және Украинаның Еуропадағы және әлемдегі мақтанышы ретіндегі қозғалыс векторы, сондықтан мәдениеттің осы саласында ақпараттық жетілдіру призмасы арқылы мемлекеттік саясатты реформалау ерекше орын алады. 2020 стратегиясының маңызды көрсеткіштерінің бірі – украиндық продюсерлер, киностудиялар шығарған фильмдер санының көбеюі, сондай-ақ таланттар үшін күресте жаһандық бәсекеге қабілеттілік индексі. Ақпараттық қолдау арқылы әлемде Украинаны танымал ету бағдарламасы заманауи украин кинематографиясының дамуына ілесіп келеді, өйткені ол брендтің мақтаныш қозғалысының векторын – Украина таратады. Зерттеулердің көп бөлігі Украинадағы басқару тетіктерін ақпараттық қамтамасыз етуді жақсартуға арналған. Мақаланың басты мақсаты – кинематография саласындағы мемлекеттік саясат аясында мемлекеттік басқару механизмін жетілдіруге ақпараттық қолдауды сипаттау. Мемлекеттік басқарма бөлетін қаржылық көрсеткіштерді салыстыру, ғылыми әдебиеттерді талдау және тиісті кестелерді құру нәтижесінде осы мақаланың авторы халықаралық деңгейге қатысты мемлекеттік қаржылық қолдаудың жоқтығын, ақпараттық қолдау контекстінде өзінің кемшіліктері бар екенін атап өтті. Украинаның кинематографияға қатысты саясатында жаһандандудың жағымсыз әсерлерін ескеру қажет. Кино өнерін саясаттандыруға жол берілмейді. Кинематографияны қаржыландыру қалған қағидаттарға негізделмеуі тиіс. Мемлекеттік қаржыландыру арнайы қорлар ұсынатын қаржылық қолдауға

карағанда тұрақты. Рухани-адамгершілік дағдарыстың жағымсыз тенденцияларын ескере отырып, украиналық ғылыми дерек көздерін және басқа елдердің тәжірибелерін авторлық зерттеу нәтижелері негізінде кинематография саласындағы ұлттық протекционистік саясаттың сәйкес қағидаттарын қалыптастыру аясында ақпараттық қолдау ұсынылды, атап айтқанда: жетілдірудің нақты бағыттарын және авторлық құқыққа негізделген ұсыныстарды көрсету арқылы жаһандану үдерісінің негізгі қатерлерін жеңу жолдарын қарастыру.

Түйін сөздер: ақпараттық қолдау, кинематография, мемлекеттік басқару, саясат, жетілдіру.

Н.А. Лебедева

Международная Кадровая Академия, Украина, г. Киев,
e-mail: clin1874@rumbler.ru

Информационная поддержка механизмов государственного управления в сфере кинематографии

В контексте развития современного украинского общества особое внимание в отношении кинематографии уделяется ее информационной поддержке путем формирования механизмов государственного управления политикой развития государства. В Стратегии развития украинского государства до 2020 года есть письменное социальное соглашение в области кинематографии. Его главная цель – достойное место Украины в мире и вектор движения “Гордость” Украины в Европе и мире, поэтому реформирование государственной политики сквозь призму информационного совершенствования в этой сфере культуры занимает особое место.

Одним из ключевых показателей достоинства Стратегии-2020 является увеличение количества фильмов, производимых украинскими продюсерами, киностудиями, а также глобальный индекс конкурентоспособности в борьбе за таланты. Программа популяризации Украины в мире посредством информационной поддержки идет в ногу с развитием современного украинского кинематографа, так как распространяет вектор украинского движения бренда «Гордость». Большое количество исследований посвящено совершенствованию информационного обеспечения механизмов управления в Украине.

Основная цель статьи – описать информационную поддержку совершенствования механизмов государственного управления в контексте государственной политики в области кинематографии. В результате сопоставления финансовых показателей, выделяемых государственным управлением, анализа научной литературы и построения соответствующих таблиц, автор данной статьи констатирует отсутствие государственной финансовой поддержки в отношении международного уровня, что имеет свои недостатки, и в контексте информационной поддержки. В политике Украины в отношении кинематографии необходимо учитывать и негативные воздействия глобализации.

Недопустимо политизировать искусство кино. Финансирование кинематографии не должно основываться на остаточных принципах. Государственное финансирование более стабильно, чем финансовая поддержка, предлагаемая специальными фондами. На основании результатов авторского исследования украинских научных источников и опыта других стран, с учетом негативных тенденций духовно-нравственного кризиса, предложена информационная поддержка в контексте формирования соответствующих принципов национальной протекционистской политики в области кинематографии, а именно: рассмотрение способов преодоления основных угроз процесса глобализации путем выделения конкретных направлений для улучшения и изложенных авторских рекомендаций.

Ключевые слова: информационная поддержка, кинематография, государственное управление, политика, улучшение.

Introduction

Informational support of the state administration's mechanisms in the context of state policy for cinematography is a process during which the users receive certain information to improve the conditions for creating a cultural product of universal human significance, and the information obtained is used to prepare and implement managerial decisions. The current stage of Ukrainian society development is

characterized by some active changes in reforming of the informational support for state policy of Ukraine in the cultural sphere. A number of documents were adopted by state legislative and executive bodies. There is even a targeted program – Sustainable Development Strategy Ukraine 2020 (Ukrainian State Development Strategies 2020@), which was approved by the President of Ukraine P. Poroshenko in 2015, where the concept of cultural development of Ukraine is an integral part. The author of this

article considers that the Long-Term Strategy for the Development of Culture in Ukraine until 2025 (Long-Term Strategy, 2016) will achieve a positive result thanks such documents, as it helps to motivate the activities of individuals and the system of public administration as a whole.

Long-term strategy for the development of Ukrainian culture – a strategy for reforms is a program approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine on February 1, 2016, was discussed with the participation of the public, preservation of original traditions, cultural and historical values of the Ukrainian people, spiritual heritage, creation of conditions for oeuvre activity of citizens, formation of civil European level society in Ukraine (Ovcharuk, Holovach, 2016). Thus, with the help of informational support of the film industry strategic development, the organizational mechanism of public administration is implemented. The author of this article considers that it is important from the point of view of spreading the Ukrainian cultural mentality. However, attending events organized by the festival movie organizations, which includes all European countries, remains very expensive and that's why personal presence of the film-authors, even in case of their victory, sometimes is impossible. It is difficult for people, especially students, to spend few hundred Euros for the travelling to the country where the award ceremony will take place. Financial compensation, which could at least partially cover the costs of the cinematographers is very important. It is necessary for the state to support the creativity of such gifted people with the help of the media, therefore, the improvement of public administration mechanisms is to promote the emergence of more media resources devoted to cinematography.

The problem of modern movie rental is becoming more actual for all the countries of the world because the viewers have moved into the space of television and the Internet, which, in turn, does not allow to return the money spent on film production as it was previously through the network of movie rental agencies. Most cinemas in Ukraine are rented out. This is a serious problem because the movie network is rapidly declining.

Intellectual property rights in filmmaking are not fully guaranteed in Ukraine. The market for cinema and TV production is filled with products, mostly of poor quality. Due to the overflow of the Ukrainian market with foreign film production, domestic cinema is losing considerable funds that could stimulate its development. The outflow of young people from the countryside is also a consequence of the lack of cultural and educational facilities such

as information support. If the state administration of the rural cinema network is restored, it will become a mechanism for preventing the outflow of personnel in the agricultural sector of the rural area.

It is known that the material and technical base of film studios is physically outdated and more behind the world technological level. Its status requires the definition at the state level of assistance to film-makers, which is possible only through the implementation of the state protectionist policy of cinema development in Ukraine, which will be in line with international practice using the information support. An urgent step is to develop the above mentioned programs and strategies for the progress of cinema in a market environment, that is, a program that provides for the modern national film industry formation, and one of the public administration mechanisms that promotes the film production system development.

The managerial factor that should be influenced to accomplish the task of reforming the existing cinematographic material base is to equip it with the latest film production and screening technologies, along with prioritizing the technological direction. A second factor is to ensure that programs are implemented at regional level to improve cinema services to the public, such, for example, as the organization of small studios' movie screenings in cinemas and their support by media means. A third factor is to ensure effective protection of intellectual property rights in relation to filmmaking; increasing of domestic films' production (at the expense of various financing sources). Effective financial mechanism, which provided 200 million UAH in the draft state budget 2018 for a new institution – the Ukrainian Cultural Fund, which is based under the new law “On State Support for Cinematography in Ukraine” have become one of the sources of state support for cinematography. The Ministry of Culture, Youth and Sports of Ukraine has been the manager of financial expenditures of the Ukrainian Cultural Fund (Detector Media@ 2018). So, here it can be stated the relevance of the protection for Ukrainian cinematography as a problem in global context for the world culture development being one of its segments and informational support in such aspect is very important.

Methods and materials

This study includes such scientific methods as: generalization, analysis and modeling. The author of this article analyzed scientific sources as for the informational support including data and budget items related to the annual allocation

of funds by the state to: the State Film Agency of Ukraine, leadership and management in the field of cinematography, the creation and distribution of national films, the financial channel of the sovereign film company “National Center named after Alexander Dovzhenko”, the art-concerts, cultural events for the cinematographic sphere, financial report of the national film of Ukraine, grants of the President of Ukraine to young people, projects for the realization of the cinema projects, and all the data taken from official sources - the official website of the Verkhovna Rada of Ukraine and Ukrainian State Film Agency. The author of the article compiled data tables from 2003 to 2020 in accordance with the indicators of financing the items of expenses for cinematographic needs. The main types of public administration mechanisms in relation to the cinema industry of Ukraine development and information support have been summarized and analyzed.

The purpose of the article is to describe the informational support by the state administration’s mechanisms improving in the context of state policy for Ukrainian cinematography. Its **novelty** for science in the global context lies in the fact that Ukrainian cinema is a part of the cultural heritage of all mankind and the improvement of conditions for its development with the help of informational support from the side of public administration contributes to the world cinema enrichment, which, in turn, may be the content for television and cinemas.

The statement of basic materials. Improvement of the informational support state mechanism for overcoming financial difficulties, in the opinion of the author of this article, may be the expansion of private-public partnership. Introducing tangible tax preferences for private companies that plan to support cinema establishments. The mechanism of public administration of the private-public partnership should be defined in the above drafts of the Concept of Humanitarian (Socio-Cultural) Policy of Ukraine and the Law of Ukraine “On National Cultural

Production” or in special Laws of Ukraine “On Patronage” or “On Philanthropic Activity” (Law of Ukraine, 2020). Free exchange and availability of information promotes cinematography.

In the author’s opinion, it is advisable to create the state target program that would be aimed at shaping the conditions of population involvement in to the process of film-making. This program should be aimed at supporting rural cultural institutions, interest clubs, and attracting the student youth. In order to implement a national protectionist policy for the development of cinematography in Ukraine, various cultural sections should be created within the program in a question, which should operate on a free basis, possibly for small fee and special informative sources. The main funding will come from local budgets or grants. One of the options for organizing such sections is volunteering and the involvement of creative youth. Such actions should also be disseminated information.

Improvement of the conceptual mechanism is the implementation of the state protectionist policy for cinema development in Ukraine with the help of information and media support, which takes place in cooperation with television, and which is carried out through economically and mutually beneficial use of professional and amateur films; joint production and use of movies and television films; development and implementation of the latest screen technologies. Budgetary funds planned for the needs of cinematography are available on the official website of the Verkhovna Rada of Ukraine. The author of this article studied all these data, articles and protocols of the state budget and compiled the following tables for charting and comparing the allocation of funds from the state budget for the needs of cinematography by year according to them as it can be seen from the tables there is no clearly allocated funds for information support of cinematography and specialized media.

Table 1 – Distribution of state budget expenditures for cinematography by 2003-2011

(million UAH)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>State Agency of Ukraine for Cinema</i>	18807,2	19500,0	–	–	50850,0	52600,0	–	24100,0	124400,9
Leadership and management in the field of cinema	–	–	–	–	–	–	–	–	2173,8
Creation and distribution of national films	–	–	49250,0	49250,0	49250,0	–	5100,0	–	110790,0

Financial support of the state enterprise «Alexander Dovzhenko National Center»	–	–	–	–	–	–	–	–	5900,0
Implementation of concert-artistic, cultural events in the field of cinematography	–	–	–	–	–	–	–	–	5000,0
Financial support of the National Union of Cinematographers of Ukraine	–	–	–	–	–	–	–	–	367,1
Grants of the President of Ukraine to young artists for the creation and implementation of creative projects in the field of cinema	–	–	–	–	–	–	–	–	70,0
Awards for outstanding achievements in the field of cinematography	–	–	–	–	–	–	–	–	100,0

Table 2 – Distribution of state budget expenditures for cinematography by 2012-2020 (million UAH)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>State Agency of Ukraine for Cinema</i>	178478,3	156085,0	66144,1	174361,6	263712,2	514452,5	518217,0	518231,6	772683,0
Leadership and management in the field of cinema	4571,2	4405,7	3042,4	4097,0	5581,4	8732,5	12497,0	12511,6	13283,0
Creation and distribution of national films, financial support of the state enterprise «Alexander Dovzhenko National Center»	167540,0	145187,5	59922,0	166820,9	254730,8	500000,0	505300,0	505300,0	755300,0
Implementation of concert-artistic, cultural events in the field of cinematography, financial support of the National Union of Cinematographers of Ukraine	5376,1	5481,8	2629,7	2893,7	3300,0	5300,0	–	–	–
Grants for the talent persons and youth in the field of cinematography	1000,0	1000,0	550,0	550,0	100,0	420,0	420,0	420,0	4100,0

Thus, it can be seen that the funding was inconsistent from 2003 to 2011, some important articles did not receive financial support at all, which led to the destruction of cinematography as a part of the cultural and economic development.

Literature review

Information support of Ukrainian cinematography is the best way to bring to society spiritual and intellectual values that have recently receded into

the background of care from both the state and journalism. Information support is studied by scientists from different angles. In the context of the educational process, for example, an information support has been studied by A. Kostyuk and A. Primakin (Kostyuk A., Primakin A. 2016), which is of value for the practical aspect of the cinematic content using. The work of M. Volokobinsky, A. Pekarskaya and N. Petrov (Volokobinsky M., Pekarskaya A., Petrov N. 2018) is devoted to the informative as-

pects of international cultural exchanges in the film industry, which also contributes to the disclosure of informational support by means of improving public administration mechanisms. The work of K. Bazaev (Bazaev K. 2013) is dedicated to the possibilities of cinematography in the implementation of informational confrontation.

A lot of studies by leading Ukrainian scholars are devoted to the formation of innovative management mechanisms in Ukraine. So V. Bashtannik (Bashtannik V. 2012) described innovative mechanisms of state management for regional development. O. Fedorchak (Fedorchak O. 2012) wrote about approaches to formation of public administration innovative mechanism. V. Rubtsov and N. Perinska (Rubtsov V., Perinska N. 2008) made a scientific work as for state institutions and public administration. There is a useful thesis by O. Dovgan (Dovgan O. 2006) which is dedicated to the protectionism and liberalism in foreign trade relations in the process of economic globalization. Organizational and legal mechanism of state management of autonomy of higher educational institutions in Ukraine (Gunchenko K. 2018) also covers some useful problems for this article. There is some educational content in the teaching process. E. Ovcharuk, N. Golovach (Ovcharuk E., Golovach N. 2016) in their scientific work showed the transformational tendencies of modern cultural policy in the Ukraine through the dimensions of European integration. It's an interesting research by O. Litvinenko (Litvinenko O. 2017) about some peculiarities of modern organizational and legislative support of cultural industry management in Ukraine. Institutional forms of state communication policy optimization in Ukraine were described E. Romanenko (Romanenko E. 2014) that are very important for cinematographic context.

In Europe film and cinema are considered more as an art than as an economical tool or business. Also movie production's cultural value and its effects are regarded equally for subsidies to creation of the film. Scientists argue that saving on the needs of culture always exists when shortening state budgets, and this hinders innovation and leads to the creation of less relevant functional films (Murschetz P. C., Teichmann R., Karmasin M., 2018). However, according to the author's of this study point of view, the quality of the film is very important for the audience to perceive it. Some interesting point of view like the author's can be found in the study by Ed.S.Tan (2018).

Results and discussions

"Knowledge of the socio-cultural background

open up an access for communicative partners to the spiritual wealth of representatives of other cultures, allowing them to evaluate the contribution of different cultures to the development of civilization, contribute to the development of a positive attitude towards communication partners who are representatives of other cultures. Socio-cultural knowledge, being an informational support, will allow future specialists in the field of economics and business to overcome the traps of socio-cultural misunderstanding and successfully implement communication in the context of intercultural interaction" (Zharkova T. 2015).

Without international cooperation and information support it is impossible to imagine the development of new Ukrainian cinema quality. Above all, such cooperation is appropriate with European cinematographic and audiovisual organizations and media. An important component of international cooperation is the participation of Ukrainian studios in the prestigious film festivals, film markets, other cinematic events in order to maintain business and creative relationships, exchange experience with foreign filmmakers and considering of these events by journalists. A good example of such sharing of experience is the activities of the Cinema Chamber in Ukraine.

There is a need to apply a conceptual mechanism for the implementation of the national protectionist policy for cinema development in Ukraine by media means. This is fundamentally important for large-scale entities that have restrictions on natural experiments as they relate to human activity. Better national state policy of cinematographic development in Ukraine will be the result of improving the existing mechanism of information support by state administration and its reflection by media sources. The mechanism of implementation of the state protectionist policy development in Ukraine for cinematography is a kind of activity of the state as an authorized bodies, which have a purposeful character, development of the object of managerial, guaranteeing the rights of citizens.

There is a target of the educational component as a mechanism of influence. It is important to remember that "the long history of widespread aggression and the seriousness of its consequences have prompted extensive study by psychologists and others of the causes of violent behaviour. The issue of concern is the violent content of these programs and video games the children watch or play or are exposed to" (Ampong E., 2020, p.1). The influence of cinematography on people is touched upon in works of S. Hayward (Hayward S., 2001), R. Kalima, D. Milly Hawk, L. Jeremy (Kalima, R., Milly Hawk,

D., Jeremy, L. 2017), R. Sklar (Sklar, R. 2018), N. Garnham (Garnham, N. 2006).

Such studies as for cultural policy (Mulcahy, Kevin V., Beauregard, D. 2020), governance in the movie industry (Salvemini, S., Delmestri, G. 2000), a new feature film policy for the 21st century (Marlene Catterall, M.P. Chair 2005), finance, industries and regulations (Murschetz, P. C., Teichmann, R., Karmasin, M. 2018), modelling the culture industries (Thorosby, D. 2008) showed close attention to the development of cinematography as an industry. State administration mechanisms are described in details by V. Cherba (Cherba, V. 2013), O. Chervyakova, (Chervyakova, O. 2012, 2015).

The mechanism of implementation of the state protectionist policy of cinema development in Ukraine should be supported by communicative relations and the public by means of information support. There is a lack of sufficient media coverage of community outreach activities for cultural enlightenment.

Subject matters of communication services for cinematic associations should be public consultations, proposals from creative cinema unions, film screening companies, and consideration of such findings in the process of forming and implementing state policy on institutional forms of cinema optimization. The levels of government regarding cinematography are revealed: local, vertical, horizontal and integral, as well as the fact that cinema is a means of spiritual communication between government and society. The public mechanisms' system for the management in cinematography should be focused on the result, not the procedure. Effective policies are needed along with transparency in decision-making and resource allocation. The impetus for development can be the healthy competition. Although the authorities have an opportunity to interfere with the activities of the cultural institutions (censorship, control, propaganda), the state authorities have an understanding of the pluralism of creative implementation of the cinematographers' ideas.

It requires replacing the logic of survival of the arts with the logic of development and change, a stable labour market in the cultural sphere, and the development of a creative economy. Nowadays, the cinema industry is facing a constant shortage of funds, so it is extremely important to consider the conceptual mechanism of the implementation of the national protectionist development policy on cinema in Ukraine, which aims at supporting and promoting Ukrainian cinema, understanding common problems and being open to the public. Here, the author of the article shows the growth of the financial

state managerial mechanism in Ukraine as a result of state policy. It can be seen here that informational support represents gradual increasing of the costs for the State Agency of Ukraine for Cinema. The allocation of money to finance cinematography fell rapidly in 2014, which was caused by the political events in Ukraine, after which, starting in 2015 the increasing in allocations from the state budget for cinematography might be observed. The highest rate is observed in 2020, which is 772683 million UAH. But there are no budget allocations for specialized media and print publications.

Then, in opinion of the author of this article, cinema will be viewed by society as a factor for unification, development and national security. It is desirable to take into account the knowledge of foreign experience in the field of cultural management to the improvement of the conceptual mechanism of the state policy regarding to cinematography in Ukraine in order to solve this problem.

In the cultural production of films, the practice of work is shaped by both artistic and economic logic. Applying theory of practice, economic logic is able to supplant artistic logic and, thus, threatens the resources vital to creative production. Since state protectionist filmmaking policies abroad are practically economic, so movie organizations are to be some developing means of protecting artistic practices to limit the impact of economic logic. There is a question of the desire of citizens or politicians to have a greater impact on government spending on cinema, whereby cinematography policies reflect the agenda of political elites rather than social demands. Government spending on cinema is interesting enough to note because public art agencies collectively spend far more money than a separate special fund. So, it's important for cinematography to have more special information support by media means.

In world practice, there are international funds that began to provide subsidized money to states involved in film arts, all states having had it for several years. In our case, the implementation of the financial mechanism of public administration is entrusted to the State Film Agency of Ukraine (Ukrainian State Film Agency, 2020), which executes film production programs, develops economic substantiation and calculates the marginal expenditures of the state budget, as well as the departments of culture, economic development departments, state and educational institutions, governor offices. There are also independent art industries. It would be better that information support is also provided by the agency on a larger scale.

Improving the conceptual mechanism of the

state cinema management in Ukraine is that public cultural institutions should be focused on helping professional cinema organizations, devote small proportions of their budgets to grant certain talented individuals and information support.

Therefore, the author of this article proposes the following refinement of the conceptual mechanism for the implementation of the national development policy on cinematography in Ukraine: The Cabinet of Ministers of Ukraine provides for the state policy in the fields of culture implementation, in particular the protectionism policy in the field of cinematography. It should be noted that, along with professional cinema, amateur films are the part of rich cultural heritage of the people, contribute to meeting the national and cultural needs of Ukrainians living outside Ukraine.

In author's opinion, the allocation of funds to the needs of the National Union of Cinematographers should be resumed. The National Union of Cinematographers of Ukraine performs great educational function and leaving such institution without costs can be one of the state mistakes. The sphere of cinematography, as it was noted earlier, should play a communicative role between different social groups. As there are some information-management levels in Ukraine, the author of this paper recommends to the National Council of Ukraine for Television and Radio Broadcasting to pay attention on the winning films in the field of amateur cinema for use in the content of TV channels because such movies' in their majority are that match the quality. The National Communications and Information Regulatory Commission may also take under its patronage the distribution of amateur cinema through government officials who may be seconded as observers who elect the best motion pictures. The State Agency for Science, Innovation and Information of Ukraine also can help to improve the quality of amateur filmmaking by offering specialized scientific literature on cinematography, and the State Service for Special Communication and Information Protection of Ukraine to work for protecting the rights of displaying cinematographic works.

To overcome the problem of funds' scarcity, it is also necessary to arouse interest and loyalty for the cinematic institutions' work within the framework of adaptation of urban environments to the viewer interest. In order to overcome communication problems, internal communication between the sphere of culture and society needs to be strengthened. This requires skilled communication personnel in cinema art institutions, understanding of the goals and importance of external communi-

cation for its development and high-quality media work on this topic.

The implementation of the state protectionist development policy for cinematography in Ukraine is considered by the author of this article as the quality of coverage of professional and amateur cinema in the media. Effective promotion of Ukrainian cinematography in Ukraine and abroad is required. National minorities should be involved in the creative process. Education is also an indicator of taste in cinematography and it needs informative sources as for cinematographic news.

The global governance system operates through the forces of globalization, despite local differences. At the same time, there is a local adaptation of state cinema management through a global intercultural character. Shifts in the cinematographic government take place as the boundaries between the beautiful, the commercial, the applied and the heritage are blurring. New funding searches reflect changes in the aggregate of public or private, earned and unplanned income. In this sense, cooperation with globalization processes is possible and even positive.

A key element of the cultural policy paradigm is the state policy community for cinematography in terms of education, community building, urban development, audience accessibility, and social capital and media. In this case, the concept of "creative management and governance" (Litvinenko O.M. 2015) goes beyond creativity, which can be considered as the basis of progress, including economic, political, intellectual and social development. This more open concept of film culture is appropriate and involves the participation of a wide range of decision makers, promoters and executives in the formation, production, distribution, preservation, management and consumption of cinema at all levels of society. Using concepts of P. C. Murchets, R. Teichmann, M. Karmasin, (Murschetz, P. C., Teichmann, R., Karmasin, M. 2018), Kevin V. Mulcahy, D. Beauregard (Mulcahy, Kevin V., Beauregard, D. 2020), analysis of the N. Garnham (Garnham, N. 2006), the author of this article can state the strategy for the Ukrainian cinematography's development using media more widely.

In general, from the perspective of better media usage for cinema, it may be suggested that five change management opportunities have to be included into cinematography in Ukraine. Use of amateur films as a competence for tourism and presentation, cultural trade and cultural tourism and informational support of amateur movie in such case is also very important. Representing cultural identity is a way in which the cinematic sector is seen as an

element of foreign policy, diplomacy and intercultural exchange, as well as the ability to uphold local identity, pluralism and diversity in the face of global cultural forces by media means. A mechanism for promoting innovative methods of audience development, for example, the cultivation of entrepreneurial partnerships between cinema and segments of the cultural sector have to be supported by mass communication.

Considering cinematography as part of the creative economy, it is important to encourage innovative marketing, education and information programs, as well as constructive audience demographics, and the use of technology for future audience development. The pursuit of effective strategic leadership is an ongoing strategic awareness and entrepreneurial focus on cinematic demands in all three areas (international, national, organizational) in the cultural policy system. Promoting a sustainable mixed funding system is the ability to maximize the earnings and generate revenue in every representative context. And all these have to be supported more by mass communication.

The educational policy (Draft National Education Policy 2019) is interesting as an experience of training special civil servants and can be used to refine the conceptual mechanism of protectionist filmmaking policy in Ukraine. Therefore, the basis of this perspective is that contracts that formally define requirements, monitoring, awards and incentive systems provide a legitimate link between such a public servant and cinema associations with the help of information support. In general, this starts because the government manager clearly formulates the policy, sets quality standards and selects in the competitive market a film agent who will take responsibility for the promotion and distribution of the Ukrainian cinematographic product in order to achieve the most profitable result. The author of this article considers it advisable to attach the above mentioned provisions to the existing ones in Ukrainian practice. State funding for cinema must remain as an element of budgetary activity at the state level. Government cinematographic agencies would spend their budgets in such way: they are primarily focused on helping professional organizations, after which they provide a share of budgets for grants to film studios, or to individuals who are recognized at the All-Ukrainian and International levels, which have won domestic and international awards or all-Ukrainian amateur film festivals and for the information support. It is also advisable to set up production organizations with the involvement of amateur filmmakers and lightening their activity by media.

In the author's opinion, cinematography support can be significant one for the production of films with financial help of some political constituencies, grants for movie organizations. Quality filmmaking activities can boost economic growth and the local tax base, generating ideas that absorb other creative sectors of the culture and help attract new businesses or young, highly educated creative people to the cinematic creation process.

Considering that the cultural sector of cinema can be regarded as a large volume of people and organizations engaged in the creation, production, presentation, distribution and preservation of the aesthetic, hereditary and entertaining activities of the country, the author of this article has to state that it is represented by non-profit or public organizations also (e.g. amateur cinematographic groups).

However, there is a lack of public financial support at the international level, which has its drawbacks, and in the context of Ukraine's protectionist policy for cinematography, this must be taken into account and prevented from the negative impacts. It is unacceptable to politicize the art of cinema. The artists themselves have to choose whom to work with. The financing of cinematography and its media should not be based on the ultimate principle. State funding is more stable than financial support offered by special funds.

As a consequence of defining the institutional form of optimization of the state protectionist policy mechanisms for cinematography and its information support, the author of this article proposes the improvement of the conceptual mechanism through the lens of a scientific vision: the development of public organizations' interaction and the cultural institutions' network information support in order to improve the quality of influence, increase the competitiveness of cinematography, its production, and movie improved quality, as well as changing the logic of survival of art to logic of development and change.

Conclusions.

Describing the informational support by the state administration's mechanisms improving in the context of state policy for cinematography, using such scientific methods as comparing of indicators allocated by public administration, analyzing scientific literature and constructing the corresponding tables there are such kind of conclusions have been made: informational support of public administration mechanisms in the field of cinematography is to provide valuable information

for solving specific problems, that arise in the process of their improvement. This is a process during which the users receive certain information to improve the conditions for creating a cultural product of universal human significance, and the information obtained is used to prepare and implement managerial decisions. In such case, the informational support is aimed at the need to confront the emerging economic and spiritual problems. Informational support of public administration mechanisms in the field of cinematography is a complex of works, which the author of this article offers in the form of the following recommendations:

- for the level of the Verkhovna Rada of Ukraine:

To ensure the adoption of the draft Law of Ukraine on Amendments to the Law of Ukraine “On the State Budget of Ukraine for 2021” on restoration of financial support of the National Union of Cinematographers of Ukraine, implementation of concert, cultural and other institutions in the field of cinematography and support for mass communication.

- For the Cabinet of Ministers of Ukraine:

1. To develop and submit to the Verkhovna Rada of Ukraine drafts of the Law on Collection for the Development of National Cinematography and its journalism support, on amendments to the Law “On Vocational Education”;

2. To increase by the state order the content of the television programs of motion picture produced at the state and local levels and to provide the information support;

3. To envisage, in the draft laws on the State Budget of Ukraine for 2021 and for the following years, the full costs of financing the program of creating and distributing cinematographic textbooks for students of higher education institutions and for other pupils; replenishment of library holdings by the given literature;

4. To provide funding for the purchase of cinema books, subscription to periodicals for cultural institutions in rural areas.

- For the Ministry of Culture, Youth and Sports of Ukraine:

1. To strengthen the support of Ukrainian cinematography as an important factor in the process of moral and spiritual education through the circulation and purchase of national films and involvement in the development of contemporary cinema for young professionals by means of media;

2. To intensify interregional and local programs of cultural exchange on cinematography, holding days of Ukrainian cinema and other cultural and artistic events using information support;

3. To the State Agency of Ukraine for Cinema

to provide mass communication organizational, methodological and regulatory framework for improving the mechanism of financing children’s film schools; to develop and submit for approval state programs of cinema logistics for rural cultural establishments in order to revive the Ukrainian village; to develop an annual plan for holding cinematic competitions among higher education institutions for the best Ukrainian films; to give all the necessary information for media with the aim of popularization such process.

4. To continue work on popularizing Ukrainian cinematography as a carrier of Ukrainian cultural values by involving children, youth and civic organizations with the help of media;

5. To continue developing the preservation and use of the information support film fund of the National Centre named after O. Dovzhenko for the purpose of popularizing domestic cinema;

6. To promote the creation of youth film studios at higher education and cultural institutions with the media sources.

- For the Ministry of Education and Science of Ukraine:

1. To improve staffing of general education institutions of different types of prediction of lectures and practical courses in cinematography, attracting media to their activity;

2. To improve the system of training civil servants by the information support of developing a special educational course in Ukrainian cinematography; to improve the material and technical base of higher education institutions for the purpose of practical training in the production of cinematographic works of patriotic orientation in order to improve the quality of the educational process of student youth with the help of mass media and journalism;

3. To develop recommendations and program of the course “Ukrainian Cinema” to improve the skills of relevant regional departments of culture employees, heads of circles of scientific and technical creativity of student youth;

4. To develop, together with the Ministry of Culture, Youth and Sports of Ukraine, an appropriate internship program for students and young professionals of pedagogical cultural educational institutions in leading Ukrainian film studios;

- For the Ministry of Labour and Social Policy:

To provide employment of graduates of the relevant cinematography profiles of higher educational establishments to the film studios of different ownership forms, to establish amateur film studios at cultural houses in coordination of this issue with the Ministry of Culture, Youth and Sports

of Ukraine. To create additional specialized media with new jobs for journalists.

- At the level of national non-governmental organizations - to develop a project of increasing the public opinion on cooperation with the processes of globalization by the introduction of cinematographic means, to focus on the further development of the distribution of national film production, discussing scenarios for the future films' production using media and journalism.

Acknowledgments

Author thanks to a film studio "Kinokimmeria", its director Evgeniy Maksimov and the chief of the Kherson Regional Organization of the Ukrainian Union of Veterans in the Afghan War Vladimir Stolyar personally for the opportunity to take part in the process of film-shooting and its information support.

Литература

Ampon, E. (2020) Effects of Aggressive Movies on Children's Aggressive Behaviour International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM) vol.8., no.8. EL-2020-1590-1610 ISSN (e): 2321-3418 DOI: 10.18535/ijrm/v8i08.el02 available at: <https://www.ijrm.in/index.php/ijrm/issue/view/92> (Accessed 29 August 2020).

Баштанник В. (2012) Інноваційні механізми державного управління регіональним розвитком. Державне управління та місцеве самоврядування. Вип. 4/15. С. 87–94.

Базавев К. В. (2013). Возможности кинематографа в реализации информационного противоборства // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология, 13 (2), 88-92.

Волокобинский М. Ю., Пекарская О. А., Петрова Н. К. (2018). Информационные аспекты международных культурных обменов в киноиндустрии // Азимут научных исследований: экономика и управление, 7 (3 (24)), 65-68.

Garnham, N. (2006) From cultural to creative industries : An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom International Journal of Cultural Policy, vol. 11, Issue 1 [Online], available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286630500067606?src=recsys> (Accessed 12 July 2020)

Гунченко К. М. (2018) Організаційно-правовий механізм державного управління автономізацією вищих навчальних закладів в Україні: автореф. дис... канд. держ. управління : 25.00.02 / К. М. Гунченко; НАДУ при Президентові України. Київ, 20 с.

Hayward, S. (2001), Cinema Studies: The Key Concepts. London and New York published in the Taylor & Francis e-Library,. 550 pp. available at: <https://cpb-ap-se2.wpmucdn.com/thinkspace.csu.edu.au/dist/5/1410/files/2015/10/Cinema-Studies-Key-Concepts-1-289afca.pdf> (Accessed 3 August 2020).

Довгань О. А. (2006) Протекционізм і лібералізм у зовнішньоторгівельних відносинах у процесі глобалізації економіки : автореф. на здобуття наук. ступеня д-ра економ. наук 08.01.01 "Економічна теорія" Харків, 36 с.

Draft National Education Policy (2019), India, available at: <https://innovate.mygov.in/wp-content/uploads/2019/06/mygov15596510111.pdf> (Accessed 23 July 2020).

Жаркова Т. И. (2015). Социокультурные знания как «Информационная поддержка» в реализации межкультурной коммуникации // Социум и власть, (1 (51)), 109-114.

Kalima, R., Milly Hawk, D., Jeremy, L. (2017) Creating Change through Arts, Culture, and Equitable Development: A Policy and Practice PolicyLink. PolicyLink [Online], available at: www.policylink.org 64 pp. https://www.policylink.org/sites/default/files/report_arts_culture_equitable-development.pdf (Accessed 31 May 2020).

Костюк А. В., & Примакин А. И. (2016). Информационная поддержка образовательного процесса // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России, (1 (69)), 170-174.

Law of Ukraine [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/en/annot> (Accessed 20 July 2020)

Механізм зовнішньоекономічної політики (2020, декабрь 20). Режим доступа: <http://library.if.ua/book/11/1097.html>

Litvinenko, OM (2015) Peculiarities of modern organizational and legislative support of cultural industry management in Ukraine / Official site of the National Institute for Strategic Studies. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/528/> (access date: 10/06/2018)

Long-term strategy for the development of culture in Ukraine until 2025. Kyiv: Alliance of Culture, 2014-2015. 37 s. [Online], available at: URL: <https://metodist.libnadvirna.info/wp-content/uploads/2015/12/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F-2025-20022016.pdf> (access date: 27.01.2020).

Marlene Catterall, M.P. Chair (2005) Scripts, Screens and Audiences: A New Feature Film Policy for the 21st Century. Report of the Standing Committee on Canadian Heritage House of Commons Canada. Publishing: Ottawa, Canada. 249 pp. available at: <https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/381/CHPC/Reports/RP2134619/chpcrp19/chpcrp19-e.pdf> (Accessed 3 July 2020).

Mulcahy, Kevin V., Beauregard, D. (2020), Cultural Policy and Industries of Identity: Quebec, Scotland, & Catalonia. The Journal of Arts Management, Low, and Society. Vol. 50, Issue 3 [Online], available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10632921.2020.1777918> (Accessed 5 August 2020)

Murschetz, P. C., Teichmann, R., Karmasin, M.(2018) Handbook of State Aid for Film: Finance, Industries and Regulation, Springer, Austria. 666 p.

Овчарук Е. В., Головач Н. М. Трансформаційні тенденції сучасної культурної політики України у вимірах європейської інтеграції // Всеукр.науково-практ. конф. "Національний культурний продукт: історія, теорія і практика", 15 грудня 2016 р. Київ, 2016. С.160–163.

Романенко Є. О. Інституційні форми оптимізації державної комунікативної політики в Україні. Публічне управління:

- теорія та практика. 2014. Вип. 3. С. 73–79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2014_3_14 (дата звернення: 28.04.2017).
- Рубцов В. П. (2008) Державне управління та державні установи. – К.: Університет «Україна», 440 с.
- Salvemini, S., Delmestri, G. (2000), Governance in the Movie Industry: Alternatives to Hollywood? *International Journal of Arts Management*, Vol. 2, No. 2 (WINTER 2000), pp. 59-73[Online], available at: <https://www.jstor.org/stable/41064689?seq=1> (Accessed 4 August 2020).
- Sklar, R. (2018) History of the motion picture [Online], available at: <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture> (Accessed 2 August 2020).
- Стратегія розвитку Української держави 2020. (2020, декабрь 20). Режим доступа: URL: <http://www.reforms.in.ua/Content/download/Strategy2020updUA.pdf> (дата звернення: 25.03.2020).
- Culture – 2025. Online edition “LB.UA”; 02. 03. 2015. [Online], available at: URL: https://ukr.lb.ua/culture/2015/03/02/297267_uchasniki_initsiatiivi.html (access date: 02.02.2019).
- Tan, Ed.S. (2018) A psychology of the film. Palgrave Communications volume 4, Article number: 82DOI: 10.1057/s41599-018-0111-y [Online], available at: <https://www.nature.com/articles/s41599-018-0111-y#auth-1> (Accessed 15 July 2020)
- Уряд додав 500 млн. грн на виробництво “фільмів патріотичного спрямування” у проєкті держбюджету – 2018 (2020, декабрь 20). Режим доступа: URL: <http://detector.media/production/article/132589/2017-12-05-uryad-dodav-500-mln-grn-na-virobnitstvo-filmiv-patriotichnogo-spryamuvannya-u-proekti-derzhbyudzhetu-2018/> (дата звернення: 05.04.2020).
- The official website of Verkhovna Rada of Ukraine [Online], available at: <https://www.rada.gov.ua/en> (Accessed 25 July 2020).
- Thorosby, D. (2008) Modelling the culture industries. *International Journal of cultural Policy*. Vol. 14. Issue 3. P. 217-232. Doi: 10.1080/10286630802281772 available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286630802281772?src=recsys> (Accessed 22 June 2020).
- Ukrainian State Film Agency [Online], available at: <http://dergkino.gov.ua/en/> (Accessed 23 May 2020).
- Федорчук О. (2012) Інноваційний механізм державного управління : підходи до формування // Ефективність державного управління; зб. наук. праць. Вип. 33. – С. 150–153.
- Черба В.М. Організаційно-методичні основи реалізації державної політики України у сфері культури // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Менеджмент», вип. 4. – С. 363–370.
- Червякова О. В. Аналіз законодавчого регулювання українського інформаційного суспільства // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Управління», вип. 2. 2012. – С. 152-160.
- Червякова О. В. Аналіз та узагальнення досліджень з державного управління і окремо в напрямку формування суспільства стійкого розвитку // Наукові розвідки з державного та муніципального управління. 2015. № 1. – С. 189-204.

References

- Ampon, E. (2020) Effects of Aggressive Movies on Children’s Aggressive Behaviour *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* vol.8., no.8. EL-2020-1590-1610 ISSN (e): 2321-3418 DOI: 10.18535/ijrm/v8i08.el02 available at: <https://www.ijrm.in/index.php/ijrm/issue/view/92> (Accessed 29 August 2020).
- Bashtannyk, V. (2012), Innovatsiini mekhanizmy derzhavnoho upravlinnia rehionalnym rozvytkom [Innovative mechanisms of state management of regional development], *Derzhavne upravlinnya ta misceve samovryaduvannya*, vol. 15, pp. 87–94.
- Bazayev K. V. (2013). Vozmozhnosti kinematografa v realizatsii informatsionnogo protivoborstva [Possibilities of cinema in the implementation of informative confrontation]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Sotsiologiya. Politologiya*. 13 (2). 88-92.
- Cherba, V. M. (2013). Orhanizatsiino-metodychni osnovy realizatsii derzhavnoi polityky Ukrainy u sferi kultury [Organizational and methodical bases of realization of the state policy of Ukraine in the sphere of culture]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration. Series “Management”*, vol. 4, pp. 363–370.
- Chervyakova, O. V. (2012) Analiz zakonodavchoho rehuliuvannya ukraïnskoho informatsiïnoho suspilstva [Analysis of legislative regulation of the Ukrainian information society]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration. Series “Management”*, vol. 2. pp. 152–160.
- Chervyakova, O. V. (2015). Analiz ta uzahalnennia doslidzhen z derzhavnoho upravlinnia i okremo v napriamku formuvannia suspilstva stiikoho rozvytku [Analysis and generalization of research on public administration and separately in the direction of forming a society of sustainable development]. *Scientific intelligence in state and municipal administration*. vol. 1. pp. 189–204.
- Culture – 2025. Online edition “LB.UA”; 02. 03. 2015. [Online], available at: URL: https://ukr.lb.ua/culture/2015/03/02/297267_uchasniki_initsiatiivi.html (access date: 02.02.2019).
- Dovgan, O. A. (2006) Protektsionizm i liberalizm u zovnishnotorhivelnnykh vidnosynakh u protsesi hlobalizatsii ekonomiky [Protectionism and liberalism in foreign trade relations in the process of globalization of the economy], Doctor Thesis, Economic theory, Kharkiv National University named after V.N.Karazin, Kharkiv, Ukraine.
- Draft National Education Policy (2019), India, available at: <https://innovate.mygov.in/wp-content/uploads/2019/06/mygov15596510111.pdf> (Accessed 23 July 2020).
- Fedorchak, O. (2012), Innovatsiinyi mekhanizm derzhavnoho upravlinnia : pidkhody do formuvannia [Innovative mechanism of public administration: approaches to formation], *Efekty vnist' derzhavnogo upravlinnya; zb. nauk. prac'*, Vol. 33, pp.150–153.
- Garnham, N. (2006) From cultural to creative industries : An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, Issue 1 [Online], available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286630500067606?src=recsys> (Accessed 12 July 2020)
- Gunchenko, K. M. (2018), Orhanizatsiino-pravovyi mekhanizm derzhavnoho upravlinnia avtonomizatsiïeu vyshchykh

navchalnykh zakladiv v Ukraini [Organizational and legal mechanism of state administration of autonomy of higher educational institutions in Ukraine], Ph.D. Thesis, mechanisms of public administration, NADU pry` Prezy`dentovi Ukrayiny, Kyiv, Ukraine.

Hayward, S. (2001), *Cinema Studies: The Key Concepts*. London and New York published in the Taylor & Francis e-Library,. 550 pp. available at: <https://cpb-ap-se2.wpmucdn.com/thinkspace.csu.edu.au/dist/5/1410/files/2015/10/Cinema-Studies-Key-Concepts-1-289afca.pdf> (Accessed 3 August 2020).

Kalima, R., Milly Hawk, D., Jeremy, L. (2017) *Creating Change through Arts, Culture, and Equitable Development: A Policy and Practice PolicyLink*. PolicyLink [Online], available at: www.policylink.org 64 pp. https://www.policylink.org/sites/default/files/report_arts_culture_equitable-development.pdf (Accessed 31 May 2020).

Kostyuk A. V. & Primakin A. I. (2016). Informatsionnaya podderzhka obrazovatel'nogo protsessa [Information support of the educational process]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii*. (1 (69)). 170-174.

Law of Ukraine [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/en/annot> (Accessed 20 July 2020)

Library (2015), *Mexanizm zovnishn`oekonomichnoyi polity`ky`* [Mechanism of foreign economic policy], [Online], available at: <http://library.if.ua/book/11/1097.html> (Accessed 19 October 2018).

Litvinenko, OM (2015) Peculiarities of modern organizational and legislative support of cultural industry management in Ukraine / Official site of the National Institute for Strategic Studies. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/528/> (access date: 10/06/2018)

Long-term strategy for the development of culture in Ukraine until 2025. Kyiv: Alliance of Culture, 2014-2015. 37 s. [Online], available at: URL: <https://metodist.libnadvirna.info/wp-content/uploads/2015/12/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F-2025-20022016.pdf> (access date: 27.01.2020).

Marlene Catterall, M. P. Chair (2005) *Scripts, Screens and Audiences: A New Feature Film Policy for the 21st Century*. Report of the Standing Committee on Canadian Heritage House of Commons Canada. Publishing: Ottawa, Canada. 249 pp. available at: <https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/381/CHPC/Reports/RP2134619/chpcrp19/chpcrp19-e.pdf> (Accessed 3 July 2020).

Mulcahy, Kevin V., Beauregard, D. (2020), *Cultural Policy and Industries of Identity: Quebec, Scotland, & Catalonia*. The Journal of Arts Management, Law, and Society. Vol. 50, Issue 3 [Online], available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10632921.2020.1777918> (Accessed 5 August 2020)

Murschetz, P. C., Teichmann, R., Karmasin, M. (2018) *Handbook of State Aid for Film: Finance, Industries and Regulation*, Springer, Austria. 666 p.

Ovcharuk, E. V., Golovach, N. M. (2016) *Transformatsiini tendentsii suchasnoi kulturnoi polityky Ukrainy u vymirakh yevropeiskoi intehratsii* [Transformational tendencies of modern cultural policy of Ukraine in the dimensions of European integration]. All-Ukrainian scientific-practical. conf. "National cultural product: history, theory and practice", P.160-163. Kyiv, Ukraine.

Romanenko, E. A. (2014) *Instytutsiini formy optymizatsii derzhavnoi komunikativnoi polityky v Ukraini* [Institutional forms of optimization of state communication policy in Ukraine]. *Public administration: theory and practice*. 2014, vol. 3. pp. 73–79. [Online], available at: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2014_3_14 (access date: 28.04.2017).

Rubczov, V. P. (2008), *Derzhavne upravlinnya ta derzhavni ustanovy`* [State administration and state institutions] Universy`tet "Ukrayina", Kyiv, Ukraine.

Salvemini, S., Delmestri, G. (2000), *Governance in the Movie Industry: Alternatives to Hollywood?* *International Journal of Arts Management*, Vol. 2, No. 2 (WINTER 2000), pp. 59-73 [Online], available at: <https://www.jstor.org/stable/41064689?seq=1> (Accessed 4 August 2020).

Sklar, R. (2018) *History of the motion picture* [Online], available at: <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture> (Accessed 2 August 2020).

Tan, Ed.S. (2018) *A psychology of the film*. Palgrave Communications volume 4, Article number: 82 DOI: 10.1057/s41599-018-0111-y [Online], available at: <https://www.nature.com/articles/s41599-018-0111-y#auth-1> (Accessed 15 July 2020)

The government has added UAH 500 million for the production of "patriotic films" in the draft state budget - 2018 [Online], available at: URL: <http://detector.media/production/article/132589/2017-12-05-05-uryad-dodav-500-mln-grn-na-virobnitstvo-filmiv-patriotichnogo-spryamuvannya-u-proekti-derzhbyudzhetu-2018/> (appeal date: 05.04.2019).

The official website of Verkhovna Rada of Ukraine [Online], available at: <https://www.rada.gov.ua/en> (Accessed 25 July 2020).

Thorosby, D. (2008) *Modelling the culture industries*. *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 14. Issue 3. P. 217-232. Doi: 10.1080/10286630802281772 available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286630802281772?src=recsys> (Accessed 22 June 2020).

Ukrainian State Development Strategies 2020 [Online], available at: <http://www.reforms.in.ua/Content/download/Strategy2020updUA.pdf> (Accessed 25 March 2020)

Ukrainian State Film Agency [Online], available at: <http://dergkino.gov.ua/en/> (Accessed 23 May 2020).

Volokobinskiy M. Yu., Pekarskaya O. A., & Petrova N. K. (2018). *Informatsionnyye aspekty mezhhdunarodnykh kulturnykh obmenov v kinoindustrii* [Informational aspects of international cultural exchanges in the film industry]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye*. vol. 7 (3 (24)). 65-68.

Zharkova T. I. (2015). *Sotsiokulturnyye znaniya kak «Informatsionnaya podderzhka» v realizatsii mezhkulturnoy kommunikatsii* [Sociocultural knowledge as «Information support» in the implementation of intercultural communication]. *Sotsium i vlast*. (1 (51)). 109-114.

G.K. Mukanova Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: Gulnar_mukanova@mail.ru

IDENTIFICATION OF AL-FARABI: PROBLEM TRENDS

The article is devoted to the urgent problem of national identity, within the available information space. Monitoring of foreign publications revealed tendencies to unreasonably narrow or limit the importance of the works of geniuses of scientific thought to ethnic boundaries. Using al-Farabi's identification as an example, the author identifies and classifies system trends that demonstrate the duplication in time and space of "algorithms" that may contradict each other in the light of ideological concepts.

Methods and materials relied on the basic principles of dialectics, logic and induction, comparative analysis and interdisciplinarity, in order to determine the subjective and objective factors of the formation of national identity. The materials for the research were taken from sources obtained by means of digital technologies from the sites of foreign library funds and archival depositories of foreign research centers. We studied an array of thematic publications in English on Farabi studies in foreign countries. Digital copies of the publications of interest to us are indicated in the links.

Scientific originality of the research lies in the detection of a complex of subjective and objective factors that influenced the external "design" of the identity of such an author of scientific treatises as al-Farabi in the context of different cultures. A comparative study of Western European, USA, Maghreb states, Central Asian and Eastern European references to the medieval thinker and written evidence in the format of a catalog in archival funds and scientific collections in order to identify possible conscious and imaginary discrepancies in the identification of ethnic origin and successors of al-Farabi, in our opinion, implemented for the first time.

Practical significance is important to revive the "inaccuracies" and "conventions" previously admitted from outside in identifying the Turks of the Great Steppe and their real role in intercultural contacts.

Key words: al-Farabi, philosopher, Turks, identity, Great Steppe, sources.

Г.М. Мұқанова

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

Әл-Фараби идентификациясы: проблемалық трендтер

Мақала қол жетімді ақпараттық кеңістіктегі этномәдени бірегейліктің өзекті мәселесіне арналған. Шетел басылымдарының мониторингін этникалық шекараларды негізсіз тарылту немесе шектеу тенденцияларын, ғылыми ой данышпандарының еңбектерінің маңыздылығын анықтады. Әл-Фараби идентификациясы мысалында автор идеологиялық тұжырымдамалар аясында бір-біріне қайшы келуі мүмкін "алгоритмдердің" уақыты мен кеңістігінде қайталануын көрсететін жүйелік трендтерді белгілеп, жіктеді.

Әдістер мен материалдар ұлттық бірегейлікті қалыптастырудың субъективті және объективті факторларын анықтау үшін диалектика, логика және индукция, салыстырмалы талдау және пәнаралық принциптерге сүйенді. Зерттеулерге арналған материалдар шетелдік кітапханалар қорлары мен шетелдік ғылыми орталықтардың мұрағаттық қоймаларынан цифрлық технологияларды қолдану арқылы ақпарат көздерінен алынды. Біз шет елдерде фарабитану бойынша ағылшын тілінде бірқатар тақырыптық басылымдарды зерттедік. Сілтемелерде басылымдардың электрондық көшірмелері көрсетілген.

Зерттеудің ғылыми ерекшелігі – әл-Фараби сияқты ғылыми трактаттар авторының сыртқы "дизайнына" әсер еткен субъективті және объективті факторлардың жиынтығын әртүрлі мәдениеттер тұрғысынан анықтау. Біздің ойымызша, әл-Фарабидің этностығын идентификациялауда мүмкін болатын саналы және саналы алшақтықтарды анықтау мақсатында Батыс Еуропа, АҚШ, Мағриб, Орталық Азия және Шығыс Еуропа елдерінің мұрағат қорлары мен ғылыми коллекцияларында каталог форматындағы ортағасырлық ойшылға сілтемелер мен жазбаша куәліктерді салыстырмалы зерттеу алғаш рет іске асырылуда. Ұлы дала түркілерін идентификациялау кезінде бұрын сырттан жіберілген "дәлсіздіктер" мен "конвенцияларды" және олардың мәдениетаралық байланыстардағы нақты рөлін жандандыру үшін практикалық маңызы бар.

Түйін сөздер: әл-Фараби, философ, түріктер, сәйкестік, дала, дерек көздер.

Г.К. Муканова

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

Идентификация аль-Фараби: проблемные тренды

Статья посвящена актуальной проблеме этнокультурной идентичности в пределах доступного информационного пространства. Мониторинг зарубежных публикаций выявил наличие тенденции необоснованно сужать или ограничивать этническими рамками значение трудов гениев научной мысли. На примере идентификации аль-Фараби автором обозначены и классифицированы системные тренды, демонстрирующие дублирование во времени и пространстве «алгоритмов», иногда противоречащих друг другу, в свете идеологических концептов.

Выбор методов и материалов основывался на принципах диалектики, логики и индукции, сравнительного анализа и междисциплинарности для определения субъективных и объективных факторов формирования национальной идентичности. Материалы для исследования взяты из источников, полученных с сайтов зарубежных библиотечных фондов и архивных хранилищ зарубежных исследовательских центров. Мы изучили ряд тематических публикаций на английском языке по фарабиеведению в зарубежных странах. Электронные копии представляющих интерес публикаций указаны в ссылках.

Научная оригинальность исследования заключается в выявлении комплекса субъективных и объективных факторов, повлиявших на внешний «дизайн» личности такого автора научных трактатов, как аль-Фараби, в контексте разных культур. Сравнительное исследование ссылок на средневекового мыслителя и письменных свидетельств в формате каталога в архивных фондах и научных коллекциях стран Западной Европы, США, Магриба, Центральной Азии и Восточной Европы с целью выявления возможных сознательных и мнимых расхождений в идентификации этничности аль-Фараби, на наш взгляд, реализуется впервые. Практическое значение имеет место для возрождения «неточностей» и «условностей», ранее допущенных извне при идентификации тюрков Великой степи и их реальной роли в межкультурных контактах.

Ключевые слова: аль-Фараби, философ, тюрки, идентичность, Степь, источники.

Introduction

The scientific reliability of the study is beyond doubt, since the digitalization of archival funds and artifacts now makes available research materials for specialists in oriental studies and a related profile.

The main results and analysis, conclusions of the research work can be briefly characterized as: identification of previously poorly studied social and ethnocultural nuances of external assessment (external assessment) of the cultural heritage of the Turks, as well as historical figures from among the repressed in the USSR (A. Samoilovich, Magzhan Zhumabaev), who had attitude towards identification of al-Farabi; critical analysis of the data obtained from the historical and philosophical positions; initiation of interdisciplinary framework projects in order to systematize data on a complex and contradictory process of external (= foreign ethnic, foreign) identity of the cultural heritage of the Turkic (in particular, Kazakh) peoples.

Discussion.

As a result of the exaggeration of the phobias of Pan-Turkism in the USSR, the consequences of the repressions of 1937-1938, many valuable sources and works appeared to be arrested, some were ir-

retrievably lost. Only after the collapse of the Union there was a chance to return important publications of the early stages, which are valuable precisely because they relied on field materials and their authors found ethnic groups, Kazakhs, including, in their traditional form.

As you know, the pre-revolutionary stage of the study of Central Asia, Eastern Siberia and the Far East by Russian orientalists was less ideological.

The published works of Russian orientalists of the late 19th century deserve special attention. In particular, the original works of A.V. Grebenshchikov are impressed by the simplicity of the presentation of the most complex linguistic processes. [Grebenshchikov, 1913]

Part of the manuscript heritage of A. Grebenshchikov, who died in besieged Leningrad, is now kept in the archives of the Orientalists' Archive of the Institute of Oriental Manuscripts of the Russian Academy of Sciences. [AV IOM RAS. F. 75. Inventory 1, case 26, 36].

At the beginning of 2018, the unique work "Grebenshchikov A. V. Manchus, their language and writing. Vladivostok, 1912" we discovered in a single copy, namely the original edition of 1913 in the fund of rare books and manuscripts of the Scien-

tific Library of the oldest university in the republic, KazNU named after al-Farabi. Electronic versions of the book can be read on the sites....

Based on the study of the source base, Grebenshchikov came to an interesting hypothesis about the influence of the Turkic language in the Middle Ages and the pre-Mongol era, on the vast expanses of Central and East Asia.

One gets the impression that this was facilitated by an integrating factor from above. The researcher (Grebenshchikov) left a fairly clear hint of a strong state, state practice, as a result of which the Turks began to be used as the language of diplomacy and intercultural relations.

For us, it is not uninteresting that Grebenshchikov's stage of the wide spread of the Turks in a wide range of Central Asia, Eastern Siberia, the Far East, or the 8-10th century, and earlier, with the heyday of Islamic philosophy, seems to be of interest.

This period is known in historiography as the Golden Age of Islamic philosophy and Arab statehood, on the basis of which social sciences flourished in many ways.

In fact, the 8th, 9th, 10th and 11th centuries AD. emerged in the history of the Maghreb, the Near East, Western and Central Asia rather vividly, since one of the brightest representatives of the intellectual elite of the Turks was the thinker al-Farabi, a native of the Steppe area.

According to some reports, al-Farabi identified himself as a Turk, spoke the language of the Turki and signed his writings "al-Farabi at-Turki". [al-Farabi, 2006] Whereas the well-known treatises, which constituted the quintessence of his discourses on the sciences, have come down to us in Arabic script, having subsequently undergone translation into other languages. As a result of the exaggeration of the phobias of Pan-Turkism in the USSR, the consequences of the repressions of 1937-1938, many valuable sources and works appeared to be arrested, some were lost forever. Only after the collapse of the Union there was a chance to return important publications of the early stages, which are valuable precisely because they relied on field materials and their authors found ethnic groups, Kazakhs, including, in their traditional form.

The ideological struggle of the communists against "pan-Turkism", which unexpectedly acquired state proportions and uncivilized forms of suppression of "dissent" in the form of repression, arrest and physical destruction of opponents within the USSR, became another subjective factor in the loss of scientific interest in the ethnogenesis of Sakha and the so-called "small" peoples ... We reported about this earlier. [Mukanova, 2020]

According to some reports, al-Farabi identified himself as a Turk, spoke the language of the Turki and signed his writings "al-Farabi at-Turki". [al-Farabi, 2006] Whereas the well-known treatises, which constituted the quintessence of his discourses on the sciences, have come down to us in Arabic script, having subsequently been transposed into other languages.

Amazing parallels are revealed in the study of the depths of history, evolution and continuity of the spiritual culture of the Great Steppe. Famous for his scientific treatises in the natural sciences and linguistics, the ethnic Turk Abu Nasr al-Farabi naturally came close to the theory of the scale. He owns a manuscript, translated "The Big Book of Music", republished in book format and translated into European languages at first. Having become the property of mankind, this unique theoretical work, for example, in the 19th - early 20th centuries, was introduced into the training program for professional musicians. So, in the 1920s in the USSR, translated into Russian, the book by the German musicologist Arnold Schering, which mentions the contribution to the music theory of the "Arab" al-Farabi, was successfully tested as a textbook and was used in the program of conservatories in specialized educational institutions of the Russian Federation. [Schering, 1924]

The unique Russian edition of 1924 "The History of Music in Tables" by A. Shering "is actually worthy of attention of the world's Farabi scholars. It was dedicated to the 4th anniversary of the category of music history of the Russian Institute of Art History. On the title page there is an inscription that says that the brochure was printed by order of the Department (department - GM) of the History of Music of the Russian Institute of Art History. The Chairman of the Rank is V. Asafiev, January 15, 1924".

On the yellowed page 21, in a series of other events, "the Arab Alfarabi speaks in favor of the Greek sound system and writes about musical instruments." This entry is preceded by another: "943 (year) Odo of Cluny, the alleged author of the treatise "Dialogus de musica" ("Dialogue on Music"). That is, the European author of the classification puts both authors next to each other in chronology: the "Arab" al-Farabi and the European. Slightly lower on the same page is the line: "980." Report of the gigantic organ (400 pipes) in Winchester Cathedral; the gradual introduction of organs into churches; treatises on the scale of organ pipes, the cultivation of solo and ensemble instrumental music (harp, mouth, psalterium, flutes, bells, organs. [Shering, 1924: 21]) music; chants and liturgies followed the songs of the minstrels.

On page 132 in the Alphabetical Index, A. Schering again indicated Alfarabi and the year 943 (?), Without comment. For the sake of fairness, it is worth pointing out that on page 10 of this invaluable work there are data about another “Arab”: “The first Arab music writer Khalil (d. 776): “The Book of Rhythms”(metric), “The Book of Tones”; the lute as the main instrument of the Arabs; system with third tones “. [Schering, 1924: 18] Scrupulousness and punctuality in the selection of facts suggests the conscientiousness of the German researcher. It makes sense to reissue the rarity, as its content is democratic and devoid of bias.

We consider the translation of the Big Book of Music in 2008 into the Kazakh language a great achievement of national oriental studies. The folio was published under the editorship of academician Abdumalik Nysanbayev with financial support from the public charitable foundation “Al-Farabi and Sultan Baybars”. The translation from Arabic was carried out by the candidate of philosophical sciences Zhalgas Sandybaev. Several years before this event, in 2002, a Kazakh researcher, Ph.D. Saida Daukeeva for the first time systematized the conceptual apparatus of al-Farabi’s musical theory. Today, Farabi studies have become an integral and logical part of modern Kazakhstani oriental studies.

We are confident that in the context of the state program “Rouhani Zhagyr” and the 1150th anniversary of Abu-Nasr Muhammad Ibn-Muhammad Ibn-Tarkhan ibn-Uzlag al-Farabi, which is being held under the auspices of UNESCO, it is appropriate to introduce his “Big Book of Music” into the programs of musical schools and colleges, conservatories and academies in order to consolidate national identity and popularize his scientific work.

The image of the great scientist al-Farabi adorns the artistic composition of the Independence Monument, this symbol of the sovereignty of our state. Of course, the personality of the outstanding thinker and humanist al-Farabi can and should eventually be embodied in various large-scale art canvases, as a tribute to the extraordinary talent of a native of the Great Steppe.

The relevance of the Renaissance ethnographic and archaeographic research in relation to the legacy of al-Farabi is obvious; revealed would be the inner deep interconnections between proto-; paleo artifacts from the world of sounds and musical instruments - with their modern reincarnations.

In this regard, facts from the biography and work of M.B. Zhumabaev - the great Kazakh poet, essayist, translator, teacher and author of theoretical works and textbooks (“Pedagogy”, according to the

method of teaching the native language, others), draw the attention of researchers to the fact that Magzhan Bekenovich very subtly understood music and came close, when comprehending the Turkic spiritual heritage, to the discovery of the ancient sources of folk art and was one of the first to emphasize the role of al-Farabi in the canonization of the traditional melodies of the Steppe and their introduction by the Teacher into scientific circulation in the Middle Ages. Magzhan Bekenovich was obviously familiar with the content of the “Big Book of Music”, in which al-Farabi not only gives the designation of sounds (nine notes), but also descriptions of musical instruments. This aspect is still insufficiently covered by the poet’s biographers, while M. Zhumabaev appears in a certain sense as a Farabi scholar, ethnologist and historiographer of the musical palette and specifics of the East, in particular Central Asia.

The study of “white spots” in the history of Kazakhstan, the Great Steppe does not exclude chance finds. So, for example, the media mentions the discovery of al-Farabi’s manuscripts during a business trip to the city of Ufa of the Soviet Kazakh scientist-Farabi scholar Akzhan Mashanov (Mashani). [Yessenzhol, 2020] Those treatises were kept in the archives of the former Galia madrasah, where teenagers were educated at the turn of the 19th and 20th centuries, among them Magzhan Zhumabaev, a native of Akmola province, stood out for his penchant for poetry, music, mathematics. Magzhan’s musical talent is indicated in his memoirs by his nephew Gadilsha Kakharmanov [Kakharmanov, 2005], wife of Zuleikh Zhumabaev. Magzhan knew how to play mandolin, violin, dombra. That is, the source base of the research is also supplemented with narrative information.

The steppe origin of the Teacher (al-Farabi was recognized as the Second Teacher of mankind for global works on rethinking Hellenic philosophy and proto-sociology) is clearly expressed in the prefix “al-Farabi, or from Farab. This approach was used for self-identification in ancient times: cf. Alexander the Great, i.e. originally from Macedonia. Pushkin’s genealogy has African roots in its origins, while Alexander Sergeevich is recognized as a Russian poet. Chokan Valikhanov is a Kazakh who became known in world oriental studies as a Russian citizen. There are many such examples of the evolution of identity, for a few reasons. This feature was noticed by M. Zhumabaev and those who introduced him to the works of Farabi; Perhaps this happened during his studies at the madrasah of Petropavlovsk, where Magzhan attended a Tatar-Bashkir circle and

took Russian language lessons from Mirzhakyp Dulatov. It is also likely that in the Ufa period the expansion of M. Zhumabaev's horizons took place not without the influence of the family of patrons of the Chingizids, Salimgerey Dzhanurin. During the Tashkent and Moscow period of Magzhan Bekenovich's study and work, one could learn about al-Farabi from the enlightened Alash's. It is possible that Magzhan's views on the Turkic cultural heritage were influenced by his friendship with Mustafa Shokay, who spoke French and English, appreciated the works of al-Farabi and even visited the capital of the British Union.

Considering that by the beginning of the 20th century the world was divided into the colonial possessions of the powers, under which the lands associated with the biography of al-Farabi fell, and after the end of the First World War, these lands received a new political status, the names of states also changed after the Second World War II, reconstruction of the bibliography of the topic presents an objective difficulty. Sources-artifacts also turned out to be decentralized and are now included in the annals of states that prefer to be restrained in their archaeological missions.

Political isolation under Soviet conditions prevented Soviet Arabists from identifying al-Farabi. More often his name is mentioned in the category of Arab philosophers. So, about the works of Arab philosophers al-Kindi, Ibn-Tufeyl, al-Farabi, al-Ghazali and others in Jewish translations with commentaries I. Gintsburg reported in 1936, auditing the Jewish Fund of the Institute of Oriental Studies of the USSR Academy of Sciences [Gintsburg, 128] ... At the same time, I. Krachkovsky asserted the Central Asian origin of a few authors of these manuscripts, intuitively guessing the identity of al-Farabi among them. [Krachkovsky, 1941] These review publications can now be read by visiting the sites of Moscow research institutes and large book depositories of the Russian Federation.

It should be noted that in difficult conditions of isolation, Soviet Arabists found opportunities to familiarize themselves with the novelties of foreign publications and encyclopedias. They contributed to the publication of their translations in Russian. Thus, the books of the English researcher of Arabic literature Gibb Har [Gibb H.A. 1926] were considered valuable: "Arabic literature. An introduction" and "Muslim historiography" (Ta'rikh). [Gibb, 1938]

Indeed, H. Gibb's essay "Arabic Literature" is of interest, since chronologically it covered the entire history of Arabic literature, from ancient times to the appearance of the so-called New Arab literature.

The digital version of the monograph is available on the website www.thelib.ru

Gibb's book is related to the theme of Farabi's identity insofar as Arab literature was bound hand and foot by its conventions, dependence on patrons and that purely oriental reverence for the past, which forces a poet or philosopher to dissolve his individuality in the traditions of his nation, Gibb noted [Gibb, 39]. Of course, all of the above referred to the scientific heritage of al-Farabi, which marked the Golden Age of Arabic-language literature, which dates from Gibb 750-1055.

In the indicated historical period, the new, Abbasid, dynasty, which led the Muslim world in 750, rose and sought to patronize theological sciences and at the same time encourage the talents of its Persian and Aramaic subjects. The new capital - Baghdad - became a center of literature and arts, "a market where the goods of science and art were delivered, where they looked for wisdom, like a man searches for his stray camels, and whose assessment of values is accepted throughout the world."

Having introduced a single power and a single language into the empire, spreading Islam, the Umayyads created material prerequisites, the fruits of which were used by their successors. [Gibb, 36-37]

Gibb gives an overview of the Eastern philosophical schools, indirectly considering al-Farabi's stay in Baghdad, a staging post on the Great Silk Road, it should be recognized a priori the fact of his acquaintance with Indian schools, Buddhism. Another question is that the priorities of Islam did not allow the Thinker to widely communicate about other beliefs, the achievements of the philosophical school in Jundi Shapur.

Undoubtedly, the fact of political rivalry between the Abbasids and Sassanids also negatively affected intercultural exchange, in terms of the philosophy of knowledge. Ideological and other biases prevented European luminaries from appreciating the contribution of different schools to the global treasury. Thus, Gibb was sure that only his acquaintance with Hellenism forced the Eastern sciences to change somewhat the methods, positions and form of presentation. Scientists from Arabia, Syria, Egypt and Iran, hitherto isolated in their tight provincial spheres, gained freedom of mutual communication, as a result of which Arab Muslim literature arose in Baghdad and throughout the empire.

Yet, albeit indirectly, the English-speaking world gradually recognized the contribution of al-Farabi and his followers to the Syrian translations of Porfiry's Isagogi and Aristotle's Organon. I

would also like to draw your attention to the quality of translations of the names of Arab scientists and philosophers into Cyrillic. For example, the researched edition of Gibb in the Soviet version on pages 46-47 contains al-Farabi's spelling with typos.

Gibb will mention the merits of al-Kindi, al-Khwarizmi, who, with the help of Indian numbers, made a whole revolution in arithmetic. From the Latin translations of al-Khwarizmi on algebra and astronomy, Europe borrowed the decimal number system (the so-called Arabic numerals). No less famous were the astronomical works of his contemporary al-Fargani ("Alfraganus") and al-Kindi's disciple Abu Ma'shar ("Albumaser", d. 886)". [Gibb, 47]

The Maghreb countries also recognize al-Farabi as a great thinker and philosopher. The publication of The Tunisian Academy of Sciences, Letters and Arts published an announcement of new scientific developments, among which our attention was attracted by the article by El-Rouayheb K. [2011] If we briefly summarize the conclusions of a Tunisian researcher who studied al-Farabi's musical opuses, then the Arab author ascribes his musical opuses "only" to the Arab culture. In this regard, contemporary American social scientists sometimes ask a rhetorical question: why do the Arabs today do not have such brilliant achievements in the sciences?

Leaving aside ideological collisions and possible Islamophobia, the answer to such a logical question remains open. It is all the more relevant to deal with the sources and informants that formed the basis for al-Farabi's writing of the Big Book about Music....

The author of an essay entitled "On the Lost Golden Age and the Rejection of Reason" - the ethnic Tunisian Hillel Ofek duplicates the version that the famous polymath al-Farabi (Alpharabius) worked in Baghdad [Hillel Ofek, 2011; 23].

In Arabic-language historiography (Syrian, Egyptian and Maghreb), al-Farabi is ranked among the canonical or classical researchers of the rhythm of Arabic (!) Music. This accent reflects the tradition inherent in the Arab mentality to classify all those who wrote treatises in Arabic, without a shadow of a doubt, to be included in the ranks of "Arab" authors. The publications of recent years, in principle, share the indicated trend, which can be explained by the growth of self-awareness after the events of the "Arab Spring". [Lasaad Ben Hamida, 2014] - This makes it clearer why the name al-Farabi was also associated in Europe and Russia: as an "Arab-Muslim" author.

Meanwhile, al-Farabi wrote in Arabic, but he described the rhythms of music using the example

of not so much "Arab" instruments as he set out the general canons of the theory of musical sound. The music of the Turks was no exception, which confirms the opinion of the Uyghur author from East Turkestan Abdushukur Muhammet Imin. [Harris, 2008: 150]

For the future, an analysis of the nomenclature of musical instruments - from Tunisia to the Gobi desert, will be required in order to compare and isolate those of them that al-Farabi could hear and play on some of them. This is a brief excursion into the Farabi studies of Tunisia.

Conclusions. Al-Farabi's manuscripts or versions (lists) from his treatises were carefully preserved by the beginning of the 20th century in such centers of Islamic culture as madrasahs. Madrasahs in the Crimea and the Volga region were no exception. The competent staff of theological schools and schools, where they were established, carefully included al-Farabi's texts and information from his biography in the Shakird curriculum. Thus, Kazakh teenagers who studied in madrasah got a chance to touch the precepts of their great predecessor. This fact once again emphasizes the social role of the new-method pre-revolutionary educational institutions (madrasahs) of the Russian Empire as centers of secular education, on the one hand, and as intellectual centers for maintaining national identity, on the other.

Assessing the importance of al-Farabi's legacy for peoples artificially deprived of the right to a written history of statehood, the so-called "foreigners", historical figures such as Mustafa Shokai, Mirzhakyp Dulatov, Magzhan Zhumabaev, in the first half of the 20th century confidently defended al-Farabi's affiliation to the region of Central Asia, identifying its origin as a Turkic thinker.

Further, the ideology of the totalitarian state (USSR) denied any "dissent", in connection with which research and references to the Turks as a subject of historical knowledge were prohibited since about 1940. The aforementioned prohibition covered topics directly or indirectly related to state identity: "Golden Horde", "khans, sultans" and others. False arguments and demonization of the concepts of "pan-Turkism" and "pan-Islamism" spread to the sphere of jurisprudence, when the victims of repression in Central Asia, as carriers of ethnic origin, were automatically ranked among the adherents of the named ideologemes.

In world oriental studies, identification of al-Farabi's heritage also has a complex configuration, depending on political and ideological priorities.

Examples are given above, which indirectly proves the intrinsic value of the works of a native of Otrar, al-Farabi. On the other hand, the state of Farabi studies leads to the need to strengthen intercultural and interdisciplinary research and projects.

On the basis of what has been studied, it seems to us that the situation with the identification of al-Farabi's heritage in the format of external assessment (external assessment) actualizes in general the problem of methodological justifications and appropriate rebranding in the context of the preservation of the cultural heritage of the Kazakh and brotherly ethnic groups of Central Asia. For example, in neighboring China and Mongolia, the term "Great Steppe", which has become familiar to the Kazakh audience, is already used to refer to the Gobi Desert. Such obvious coincidences of locations significant for the Kazakh state identity, with different geographic coordinates, even in a certain sense located in adjacent regions, can cause confusion for an outside reader.

Further, it is curious that in the aforementioned edition of 1926, the British citizen, Orientalist H. Gibb reveals the theme of the notorious travel guidebooks, the historical role of which in promoting the idea of the Silk Road is paid attention to by scientists [Millennium ..., 2019: 330].

So, on page 48 of the Soviet edition of Gibb (translation by A.B. Khalidov, Grinevich) it is indicated that the desire for centralization forced the Abbasids to take special care of the means of communication, and the very first road sign was compiled in 844 by Ibn Khurdazbih, a postal worker in the new the capital Samarra.

It is known that Ibn Khordadbeh compiled similar guidebooks for each province, not forgetting

to indicate the post stations and the distance between them, the amount of customs duties. So the applied nature of mathematical and geographical knowledge has served well for tax authorities and those traveling on the trans-Eurasian highway.

The greatest writer of the Abbasid era and, in a sense, the ancestor of Arabic prose was the grandson of the Negro slave 'Amr ibn Bahr, nicknamed al-Jahiz ("The Goggle-Eyed"). He died in 868. While living in his homeland, Basra, he became deeply interested in Greek philosophy and science and founded his own school. Al-Jahiz wrote many treatises and essays: "The Book of Animals", "The Pride of Blacks Before Whites", "The Superiority of Speech over Silence" and others. [Gibb, 49] The presence among the books of Amr ibn Bahr of the work "Dignity of the Turks", in our opinion, gives grounds for further research of Arabic-language treatises in search of informative information about the economy, social structure and ethnography of the Turks.

Thus, the study of available foreign publications from different eras about the famous philosopher and thinker is a fascinating affair. New, little-known facets of al-Farabi's identification: pronounced Arab and Turkic linguistic "conflict of interests"; and the fact that the identification of Farabi himself and, along the way, his rich intellectual heritage coexists with the national self-identification of the Farabi scholars, only indirectly by the territorial boundaries of the state of origin. The objective difficulty of comparing often polar positions on the subject of ethnic identification of al-Farabi is the geopolitical situation, even the very fact that the map of the world after the redrawing of borders in the Middle East and Maghreb as a result of global and local wars is a "patchwork quilt".

Литература

- АВ ИВР РАН. - Архив востоковедов Института восточных рукописей Российской Академии наук. Ф. 75. Оп. 1, ед. хр. 26, 36.
 Гинцбург И.И. (1937). Краткий обзор Еврейского фонда рукописного отдела Института востоковедения Академии наук СССР // В кн.: Библиография Востока. Вып.10. 1936 / Под ред. А.Самойловича. - М.-Л., 1937. - С. 126-132.
 Гребенщиков А. В. (1912) Маньчжуры, их язык и письменность. - Владивосток, 1912.
 Есенжол А. (2020) Ұлыны танытқан ұл // Астана ақшамы, 11 сәуір 2020.
 Кахарманов Гадилша. (2005) «Жәжеке». Шымкент, Қазығұрт, 2005.
 Крачковский И. Ю. (1941) Арабистика в СССР за двадцать лет. // Труды Второй сессии ассоциации Арабист. - М.: Академия наук СССР, 1941. - 174 с.
 Муканова Г.К. (2020) Общность истории и культуры тюрков: методология, теория и практика (на примере казахов и саха) // Аргуновские чтения-2019. Материалы V-й Международной научно-практической конференции. Том 2. - Якутск: Электронное издательство НБ РС (Я), 2020. - С. 342-349.
 Тысячелетние... (2019) Тысячелетние источники по истории Казахстана / Под ред. М. Х. Абусеитовой. - Алматы: «Шығыс пен Батыс», 2019. - С. 321 - 341.
 Шеринг Арнольд (1924) История музыки в таблицах / Перевод с немецкого С. Гинцбурга; Под ред. И. Глебова. - Ленинград: Российская Государственная Академическая типография, 1924. - 156 с. Хранится в Российской государственной библиотеке (РГБ).

El-Rouayheb K. (2011) *Logic in the Arabic and Islamic World*. In: Lagerlund H. (eds) *Encyclopedia of Medieval Philosophy*. Springer, Dordrecht, 2011.

Gibb H. (1938) *Muslim Historiography* // “The Encyclopaedia of Islam”, Supplement, Leiden-London, 1938, pp. 233-245.

Harris Rachel (2008). *The Making of a Musical Canon in Chinese Central Asia: The Uyghur Twelve Muqam*. London: Routledge. 2008. 176 pages. [In English]

Электронные ресурсы:

Гибб Х., 1926. – Gibb H. Арабская литература. 1926. Перевод на русский язык. – М.: Академия наук. 1936. https://thelibrary.ru/books/gibb_h/arabskaya_literatura-read-3.html

Hillel Ofek. Why the Arabic World Turned Away from Science // *The New Atlantis. A Journal of Technology & Society*. Winter 2011 # 23. P. 23. <https://www.thenewatlantis.com/publications/why-the-arabic-world-turned-away-from-science>

Lasaad Ben Hamida. The Rhythm of Arab Music. 2014. Tunisia. 216 p. <https://www.beitalhikma.tn/wp-content/uploads/2016/10/guide-de-Publication-ang-2011-2015.pdf>

References

AV IVR RAN. – Archiv vostokovedov Instituta vostochnih rukopisei Rossijskoi Akademii nauk. [Archive of Orientalists of the Institute of Oriental Manuscripts of the Russian Academy of Sciences] F. 75. Op. 1, Op. 26, 36.

Ginzburg I.I. (1937). *Kratkij obzor Evreiskogo fonda rukopisnogo otdela Instituta vostokovedenia Akademii nauk SSSR* [A brief overview of the Jewish Fund of the Manuscript Department of the Institute of Oriental Studies of the USSR Academy of Sciences]. – In: *Bibliography of the East*. Iss.10. 1936. M.-L., 1937. p. 126-132. [in Russian]

Grebenshikov A.V. (1912) *Manchzhuri, ih jazik i pismennost* [Manchus, their language and writing]. Vladivostok, 1912. [in Russian]

Esenzhol A. (2020) Ulini tanitkan ul [The man who discovered the famous] // *Astana akshami*, 11 april 2020. [In Kazakh]

Kaharmanov Gadilsha (2005) «Zhazheke» [Alias “Zhazheke”]. Shymkent, Kazigurt, 2005. [in Russian]

Krachkovskii I.U. (1941) *Arabistika v SSSR za dvadcat let* [Arabistics in the USSR for twenty years] // *Proceedings of the Second Session of the Arabist Association*. M., USSR Academy of Sciences, 1941. 174 p. [in Russian]

Mukanova G.K. (2020) *Obshnost istorii i kulturi turkov: metodologiya, teoriya i praktika (na primere kazakhov i sakha)* [The commonality of the history and culture of the Turks: methodology, theory and practice (on the example of Kazakhs and Sakha)] // *Argunov readings - 2019. Materials of the Y-th International scientific-practical conference*. Volume 2. Yakutsk, Electronic publishing house of the National Library of the Republic of Sakha (Yakutia), 2020. P. 342-349. [in Russian]

Tisjacheletnie... (2019) *Tisjacheletnie istochniki po istorii Kazakhstana* [Thousand-year sources on the history of Kazakhstan] / Ed. M. Kh. Abuseitova. - Almaty: “Shygys pen Batys”, 2019. P. 321 – 341. [in Russian]

Shering Arnold (1924) *Istorija muziki v tablitsah* [The history of music in tables]. Translated from German by S. Ginzburg. Ed. I. Glebova. Leningrad, Russian State Academic Printing House]. Leningrad, 1924. 156 p. [in Russian]

El-Rouayheb K. (2011) *Logic in the Arabic and Islamic World*. In: Lagerlund H. (eds) *Encyclopedia of Medieval Philosophy*. Springer, Dordrecht, 2011. [In English]

Gibb H. (1938) *Muslim Historiography* // “The Encyclopaedia of Islam”, Supplement, Leiden-London, 1938. P. 233-245. [In English]

Harris Rachel (2008). *The Making of a Musical Canon in Chinese Central Asia: The Uyghur Twelve Muqam*. London: Routledge. 2008. 176 pages. [In English]

Electronic resources:

Gibb H. (1926). – Gibb H. Arabskaja literature [Arabic literature]. 1926. Translation into Russian. M., Academy of Sciences. [in Russian] https://thelibrary.ru/books/gibb_h/arabskaya_literatura-read-3.html

Hillel Ofek (2011). Why the Arabic World Turned Away from Science // *The New Atlantis. A Journal of Technology & Society*. Winter 2011 # 23. P. 23. [In English] <https://www.thenewatlantis.com/publications/why-the-arabic-world-turned-away-from-science>

Lasaad Ben Hamida (2014). The Rhythm of Arab Music. 2014. Tunisia. 216 p. [In English]

<https://www.beitalhikma.tn/wp-content/uploads/2016/10/guide-de-Publication-ang-2011-2015.pdf>

2-бөлім
АҚПАРАТ ӘЛЕМІ

Section 2
WORLD OF INFORMATION

Раздел 2
МИР ИНФОРМАЦИИ

Steve Guo¹, G. S. Sultanbaeva^{2*} , S. K. Sundetbay² 

¹Hong Kong Baptist University, China, Hong Kong

²Kazakh Al-Farabi National University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: sultanbaeva@gmail.com

PROBLEMS OF RESEARCH OF INFORMATION AND COMMUNICATIVE PROCESSES IN POLITICAL SPHERE

The role of information in the life of a human and the state, individual social groups and society is very important. Information is also a tool for communication between the authorities and the target group. In other words, the communication of the state with various categories of society in domestic and foreign policy is carried out through information.

The purpose of the study – to focus on the main issues in the study of information and communication processes in the political system of the state; analysis of the theoretical and methodological bases of the study of the concepts of “information” and “communication”; identification of state features in the study of information and communication processes in the political sphere. The authors also aim to reveal the main stages in the emergence and development of political communication between political players.

The object of research is information and the relationships formed through it, is communication.

Applied social research methods were used in the work. Quantitative and qualitative research, in particular, questionnaires, expert analysis of the works of domestic, western and russian researchers, classifications were made on the methodological basis of the study.

The results of the study are of great practical importance in the implementation of information and communication processes in the state political system. The results of the work can be used in the methods of political science and journalism, political communication in the media.

Key words: information, communication, politics, society, management.

Стив Гуо¹, Г.С. Сұлтанбаева^{2*}, С.К. Сүндетбай²

¹Гонконг Баптист университеті, Қытай, Гонконг қ.

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

*e-mail: sultanbaeva@gmail.com

Саяси саладағы ақпараттық және коммуникациялық үрдістерді зерттеу мәселелері

Ақпараттың жеке адам мен мемлекет, жекелеген әлеуметтік топ пен қоғам өміріндегі алатын орны өте маңызды. Ақпарат – адамды өмір сүру ортасына бейімдеуге бағытталған коммуникациялық үрдістің нәтижесі. Сондай-ақ ақпарат билік және мақсатты топ арасындағы коммуникациялық үрдісті жүргізудің құралы. Басқаша айтқанда, мемлекеттің ішкі және сыртқы саясаттағы әртүрлі қоғам категорияларымен коммуникациялық байланысы ақпарат арқылы жүзеге асады.

Зерттеу мақсаты – мемлекеттің саяси жүйесіндегі ақпараттық және коммуникациялық үрдістерді зерттеудегі негізгі мәселелерге тоқталу, оларды жіктеу; “ақпарат” пен “коммуникация” ұғымдары зерттелуінің теориялық-әдістемелік негіздерін талдау; саяси саладағы ақпараттық және коммуникациялық процестердің зерттелудегі мемлекеттік ерекшеліктерді айқындау. Сонымен қатар авторлар саяси ойыншылар арасында қалыптасатын саяси коммуникацияның пайда болуы мен дамуындағы негізгі кезеңдерге ашып көрсетуді мақсат еткен.

Зерттеу нысаны – ақпарат және ол арқылы қалыптасатын қарым-қатынас, яғни коммуникация.

Жұмыста қолданбалы әлеуметтік зерттеу әдістері пайдаланылды. Зерттеудің методологиялық негіздеріне сандық және сапалық зерттеулер, атап айтқанда, сауалнама, отандық, батыстық және ресейлік зерттеушілердің еңбектеріне сараптамалық талдау, жіктеулер жасалды.

Зерттеу нәтижелерінің мемлекеттік саяси жүйедегі ақпараттық және коммуникациялық процестерін жүзеге асырудағы практикалық маңызы зор. Еңбек нәтижесін саясаттану мен журналистика, саяси коммуникация бұқаралық ақпарат құралдары туралы әдістемелерде қолдануға болады.

Түйін сөздер: ақпарат, коммуникация, саясат, қоғам, басқару.

Стив Гуо¹, Г. С. Сұлтанбаева^{2*}, С.К. Сүндетбай²

¹Гонконгский баптистский университет, Китай, г. Гонконг

²Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

*e-mail: sultanbaeva@gmail.com

Проблемы исследования информационных и коммуникационных процессов в политической сфере

Роль информации в жизни человека и государства, отдельных социальных групп и общества очень важна. Информация – это результат коммуникативного процесса, направленного на адаптацию человека к окружающей среде. Информация также является средством коммуникации между властями и целевой группой. Другими словами, коммуникация государства с различными категориями общества во внутренней и внешней политике осуществляется посредством информации.

Цель исследования – сосредоточить внимание на основных вопросах изучения информационно-коммуникационных процессов в политической системе государства, их классификации; анализ теоретических и методологических основ изучения понятий «информация» и «коммуникация»; выявление государственных особенностей в изучении информационно-коммуникационных процессов в политической сфере. Авторы также стремятся определить основные этапы возникновения и развития политической коммуникации.

Объекты исследования – информация; отношения, сформированные через нее, то есть коммуникация.

В работе использованы прикладные методы социальных исследований. Количественные и качественные исследования, в частности, анкетирование, экспертный анализ работ отечественных, западных и российских исследователей, классификации были сделаны на методологической основе исследования.

Результаты исследования имеют большое практическое значение при реализации информационно-коммуникационных процессов в политической системе государства. Результаты работы могут быть использованы в методах политологии и журналистики, политической коммуникации в СМИ.

Ключевые слова: информация, коммуникация, политика, общество, менеджмент.

Introduction

Mass media are the most powerful potential tool in realization of the political power. Today mass media are treated as the political subject, which is allowed to be a guide in political provisions, which have the potential force for political prioritizing, thereby it can form political preferences of citizens, and improve their political knowledge.

Nowadays political information forms virtual reality strongly influencing the mass behavior thereby getting and holding the power over its consciousness.

Effectiveness of political information in stabilization or, on the contrary, excitement of masses is considered the most powerful tool of the information campaign which is carried out by the government. Therefore, first, the carrier of idea of the power as a communicator, secondly, the masses accepting it as the recipient started turning into the powerful mechanism of political communication.

Method of the problem

Methodological bases of our work is related to the experimental principles of political theory

and political science, and also the theory of mass communication, sociology. It also presupposes the interdisciplinary character of our research work. The study of theoretical problems of communication and information in the political system requires considering the concept of communication. Here are various definitions of this word. In this regard, the article is dominated by the method of content analysis. The author gives an example of the works of various scientists who, in turn, give the best and worst sides of communication in the political sphere. Accordingly, the article uses the method of comparative analysis.

Literature review

As well as every interdisciplinary research, political communication studies the extensive system of concepts and values belonging to adjacent subjects such as theory, psychology and sociology of communication. Some theories of political communication studies are considered at the level of individuals. In particular it is possible to denote such influence as convincing influence on intelligence as a result of information distribution. From this point of view the Russian scientist M.R. Grachev considers

policy as the form of ownership and stability, and also as one of social activity types which is carrying out a peculiar form of the relations, actions and communication between people (Grachev M.N., 2004).

According to the Indian political scientist P. Shar, policy is a sociological form of behavior which consists of interaction between at least two people. In comparison to other forms of sociological behavior, policy is engendered by problems of the power, management, formation of public behavior and its realization (Sharan P., 1992). Relying on the aforementioned opinions, it is possible to state that political activity defining the relations and processes of structuring and development of the “power management” institutions and also the processes of orientation and political values directed on certain interests and requirements of society, engendered the relations between subject and object.

Subject is understood as a person making contact with environment in the course of the solution of practical and theoretical tasks while transforming his nature, forces and actions (Kemerov V.E., 1998), and the *object* is a basis and a part of these actions resisting to its knowledge and activity.

In course of struggle for power between political actors, competitive, opposite, consensus, and coordinated relations can be developed. Also, the problems of coordination and subordination in relations consisting of certain administrative actions, and the official relations based on mutual cooperation and equal partnership can take place.

Russian scholar E. Yu. Naumov supposes that “the equality of any dialogue is natural because it means the general agreement which is important for all participants of the dialogue, and such general agreement will be done “per se” as the participants offer it to others” (Naumov E.Ju., 1998). From the logical point of view it means that “management” and “political activity” are considered as interrelated, complementary concepts. But there is a significant connection between them which is both informative and communicative. For studying of this communication type it is necessary to analyze the concepts of “information” and “communication” which can be described in the inter-subject way, due to initiation and development of the general system theory.

Scientific methodology

Many scholars state that there was no general definition of the concept of “information” yet, because “information” designates different meanings depending on the context. At the same time, it is an

abstract concept. The word “informatio” in Latin means “informing”, “explanation”, “statement”. For the last half of a century, after the well-known work of N. Wiener “Cybernetics”, despite publishing of many special works on this subject, the problem of the general description and disclosure of that concept still remains the main subject of scientific and philosophical discussions. At the early stages, this concept was connected with human activity, but now, in connection with the theory of cybernetics, there was a need of extension of its contents. According to the new theory of education, information has not to be necessarily in that form in which it is intended for acceptance by receptors of sight or hearing. As N. Wiener has stated, except the initial and the last stage of the process, “details of the mechanism have to address to each other in their language, thus they are not obliged to listen and to intend to the person” (Wiener N., 2001).

In his theory the American engineer C. Shannon defines information as the superficial and reduced uncertainty (Shannon C., 1963). Analyzing that method, N. Wiener has pointed out that “the measurement determined as an amount of information in alternative cases is the contrasts of measuring which are considered as entropy” (Wiener N., 1983). Also, he expresses the opinion that “the negative logarithm of measurement allowing to consider the amount of information as a probability, is related to negative entropy” (Wiener N., 1983) (the Greek word *entropia* means “turn”, or “to turn”).

In accordance with N. Wiener’s position, information as the category of an ideal order and reflection is defined in the following way: “information means the content which was withdrawn from process of adaptation of our feelings to environment” (Wiener N., 2001). Such definition of information can be considered as unambiguous from the cybernetic point of view. It does not cover the processes of information exchange between other components of the computer. Despite that, this definition demonstrates an attempt to consider the meaning of the category of “information” by means of the relations between any object with the environment from the point of view of cybernetics and general theory of systems. The status of object corresponding to any external influence or transforming its components should be to understood as the process of its relations understood as dialectic integrity and defined in cybernetics language as communication with environment and its result. Changing of object’s status and its component which corresponds to any party and the

environment observed in the course of influence or communication, should be treated as a result of such influence.

Receiving of the message by object and its processing, and also result of this processing as a dialectical integrity designates the category of “communication”. As it is shown by uniformity of those concepts, the “information” can be characterized as the category designating “the content of communication”. It is also possible to consider the “implemented” information coming to the object and designating contents of the message, as semantic important information which will transform the status of an object, as figurative contents “implemented” in the object of information (Grachev N., 2004).

Specification of such categories as “information” and “communication” via the category of “image” does not contradict the cybernetic theory of “managements and communications” which was proposed by N. Wiener. In accordance with that theory the management is considered as a separate type of communication resulting in use of feedback between the operating object and the operated subject. In turn, it leads to target transformations in a condition of object. In other words, from the logical point of view, in comparison to the concept of “communication”, the concept of “management” is subordinative, and in this case obligatory existence of feedback between subject and object is not considered.

In relation to the information and communicative part of political activity, we will note that in the process of fight for the power relationship of political actors, despite their various character – whether it can be the competition or the general agreement in the period of the power management, or the neutral relations which are not creating neither resistance, nor cooperation - are carried out only in the form of information exchange. That is, transferring of words, images, mimicry, gestures and other substantial manifestations of the symbolical forms perceived by sense organs, are transmitted from one subject to another through communication.

As N. M. Grachev notes, it is possible to remember some documents, confirming the agreement between the heads of states and their signatures, conversation of the political associations leaders in course of general agreement during election campaign, or objection to the political opponent in the opinion of millions of the audience, the wound of the demonstrator got during distribution of a mass political action, and even about a glass of champagne, drunk with “taste of a victory” or

“bitterness of defeat” (Grachev N, 2004). Thus, political activity has its communication measurement i.e. there is a political communication presupposing information influence of political actors on each other or on environment (society) in the relations between the power and the management. Political communication is treated as an attribute and as an integral part of political activity. Political activity can not exist without political communication.

Information relationship of political actors with each other and society are being recognized as an attribute of political activity. Thus, political communication is an information influence of political actors on each other and on sociological environment. Scholars who investigate such “unipolar” communications give many historical examples concerning that point. As A. I. Solovyov writes, the power can “black out” the passive mass or the individuals who are going about their own business, personal problems and ordinary messages or political decisions which do not correspond to people’s interests. In such cases, “reply” of society to the authorities will be ineffectual. It is impossible to apply the political power’s plan for correction and forecasting of political processes (Solovyov A.I., 2002). In conditions of feedback, political communication is always the political management consisting of its elements and leading to “political dialogue”. Therefore, in O.F. Shabrov’s opinion, political management which is a subject of such scientific branch as “managements in political science” is considered as a common point for the concepts “management” and “political communication”. Taking into account Solovyov’s point of view, “political communication harmonizes universal, sociological and political signs” (Solovyov A.I., 2002). In other words, “political communication” concept designating special attribute of the person political activity, is difficult process which has the subordinated character in comparison with information activities covering information influences and many other processes and overwhelming character in comparison with the concept “sociological communication”.

So, the general theory of communication or N. Wiener’s concept says that “the general cybernetics” from the point of view of the theory of management is understood as the meta-theory supplementing feedback between the “operated” object and the “operating” subject and considering separate cases of the relations between communication subject and object in any environment, and on the other hand, from the point of view of sociology of communication, or “socio-cybernetics” learned as

the general regularity of information influence and actions of people together with all-sociological information and communicative aspects of their economic and cultural and spiritual activity.

Results and discussions

The sphere of merge of such concepts as “management” and “sociological communication” allows to understand the extensiveness of “sociological management” concept and sociology of management as a special subject. The sociology of communication can be treated rather as a meta-theory, than as a communication studies or “political cybernetics”. As “projection” of all-sociological aspects of information and communicative processes in the political sphere should not be considered as research area, so attributes of political life, the power in society, interactions of political actors among themselves and the surrounding sociological environment, the authorities management of different relations, are considered as special forms of communication.

Considering the above, it is necessary to normalize a conceptual framework in political communication, including its meta-level – the level of political system - in the analysis of the general regularities of communication processes in society; and at the micro-level – in course of research of the micro-groups which are object of information influence and forced by certain individuals.

As well as in any other inter-subject researches, the extensional system of concepts and representations of psychology, communication and sociology is applied in political communication studies. Some theoretical structures of a political communication studies are connected with the micro-level phenomena, to the levels of certain individuals, including the effectiveness and distribution of information. Research of political communication began with justification of conceptual terms related to the processes of mass communication which are called as “the theory of a magic bullet” and “the theory of a hypodermic needle”. These conceptions are based on wide opportunities of information and propaganda influence on mass audience.

G. Lasswell is regarded as one of the founders of this model. In his research he analyzes mechanisms of propaganda influence on the masses during World War I and considers classical definition of mass communication in association of “the hating or believing and hoping mass” as “a horse-shoe and a hammer of public solidarity” (Lasswell H., 1927). Statement about the “information magic bullet” which, on the one hand, accurately and precisely

finds the purpose, and with another creates the whole system of a boomerang effect and subordinates to itself all available public structures, in the context of political science, engendered a particular interest to opportunities of propaganda influence on voters behavior through mass media. But the results of electoral processes researches conducted under the leadership of P. Lazarsfeld, B. Berelson and E. Campbell in 1930-1950 proved that these theoretical concepts will not have empirical support.

P. Lazarsfeld, B. Berelson and H. Gode offered two-level model of communication which is one of theoretical models which are well-known in political communication. As a result of the analysis in course of sociological researches conducted in 1940 on the eve of presidential elections among voters of the Ohio State it became known that results of vote in the USA were identical (in general). In accordance with this model, the influence of communication on the individual does not always have the direct character. In the course of information influence of the authoritative persons who influence intermediate micro-groups, interested in any problems and constantly watching publications in the press, informed by mass information and extending, discussing and expressing the opinions about it are denoted as the “leaders of information opinion” (opinion leaders).

In other words, interpersonal and intergroup communication influence mass communication according to the following scheme: the idea is transmitted through radio or the newspaper by leaders of public opinion, and they extend it through mass media among less active population (Lazarsfeld P.F., 1993). Also, the researches of an electoral choice dynamics conducted among the population of the district of Erie showed that information influence by means of channels of mass communication in most cases has an impact on strengthening of the respondents' early choice, or on activation and specification of the citizens' hidden choice with a neutral position. Therefore only 5% of total number of respondents were over-persuaded and accepted the opposite positions. This situation presupposed that “the theory of the minimum influence” of mass communication was considered as topical one during election campaign. The information efficiency of mass media in determination of electoral behavior lags behind other factors defining preferences of citizens in political parties or certain social groups.

As the reason for that, we should mention the inefficiency of unconditional messages of the individual voter, disregard his individual requirements and needs, and directed on mass audience serves.

For a long period of time, scholars were not interested in problems of political communication. In the mid-fifties of the last century other concept contradicting “the theory of minimal influence” which belongs to a choice of a source of information and selection of the distributed messages was offered. According to L. Festinger’s theory, people, at the time of promotion of such views, ideas and opinions which contradict their ideals, feelings and preferences, feel a certain psychological discomfort and get to a condition of “a cognitive dissonance” (Festinger L., 1999). To get rid of such discomfort, the person chooses the only information which suits his views and beliefs. At the same time it means denial of the information which contradicts them.

In the 60th, despite U. Weyss’s researches about influence of mass communication on election campaigns, this theory wasn’t recognized and supported at once (Weyss U., 1969). The idea of expedient selection of information is considered and in D. Graber’s works (Graber D.A., 1993). The theory considered by P. Lazarsfeld’s follower E. Katz is known as “the theory of usefulness and satisfaction of requirements”. It denotes that individuals start sorting information actively, proceeding from their rejection and discrepancy to their interests (Katz E., 1960). Generally speaking, people accord special priority to the information, which is useful and necessary for themselves. Also, it should not require a lot of time for search; instant results are preferred, too. Thus, if the received information is useful and satisfies people, they gain positive emotions. For example, during election campaign citizens pay attention not only to that information which consider useful during vote, but also on that which corresponds to its individual political view.

Despite practical proofs, on the basis of empirical data, “the theory of usefulness and requirements satisfaction” underwent some changes. The researches were conducted in the 80th years by group of scientists including K. Rozengren, L. Wenner and F. Palmgreen (Rozengren K. E, Wenner L.A., Palmgreen P., 1985).

In the late 60th and the beginning of the 70th of the last century, further development of mass media influence on election campaigns and results of elections was observed. It is pointed out in some research works, that election campaigns were affected by speeches of politicians before the audience (Miller W. E., Levitin T.E., 1976). These researches were not aimed at application of universal methods, but on revealing situations which are necessary for achievement of the desired result. New method proving trust of the interested voters

and political experts to the distributed information in comparison to passive citizens and those who just entered on political arena appeared in the period of important transformations. In that period there were fast changes in interference of mass media and the political sphere.

Considerable decrease of party influence at a choice of the candidate was connected with opportunities of television which at that time became widespread, popular and powerful tool. In this regard the method based on research of certain results of the distributed information proved a baselessness of many concepts concerning “the theory of the minimum effectiveness”. Results of the researches conducted in 1970-1990 proved that television can influence effectively carrying out and results of election campaign by means of various mass media techniques. Those researches paid special attention to the analysis of the communication strategy applied when carrying out the election campaigns of national and local level directed on formation of periodic and electronic media truth, relating directly to the individual.

This ways of communicative and political research were especially noted in U. Lippman’s works (Lippman U., 2004). In the early twenties he expressed the opinion concerning false environment (pseudo-environment) formed by mass media, discharging the rank-and-file member of society from environment reality. Under the influence of mass media, the stereotypic image is formed in the individual’s consciousness. It assumes individual’s behavior and creates the stimulating factors, which can transform the environment. According to the aforementioned prerequisites, including “theory of cultivation” by J. Gerbner, mass media and - first of all - television are created by the symbolic world which the audience perceives as a reality (Gerbner G., 1969).

In line with “the theory of cultivation”, the analysis of the contents and frequency of repetition of the information which forms an image of the candidate for the period of election campaign causes a particular interest. There is no doubt that such information has influence on the elections results, as in order to gain necessary number of votes and to be elected, the candidate has to have sufficient popularity among voters.

After all, in connection with the concrete political texts developed in course of election campaign, the roles of images formed by mass media can change. In other words, “the favour gain” of audience can lead to “information satisfaction”. In such cases the candidate having sufficient popularity at the

beginning, can “tire” the voters at the time of the culmination (on voting day).

In some research works it is pointed out that mass information of election campaign has not direct, but indirect influence on feelings and moods of voters. For example, P. Abramson, J. Aldrich and D. Road consider that if special releases in mass media create protest actions, induce changes of political situation and results of elections, such results have to be explained by means of mass communication (Abramson P.R., Aldrich J.H., Road D.W., 2002).

One of the main mass media functions is the drawing special attention to some problems and events which corresponding to priority interests of audience. Therefore, according to Sh. Iyengar, influence of information impact on the level of a transformation of knowledge and priorities of audience or its most part has to become the main task of research (Iyengar Sh., 1991).

Some authors do not treat the results of mass media influence on electorate during election campaigns as significant one, and consider the problem in wider range. Generally this theme corresponds to the researches of the general socio-political reality creating mass communication. H. Lasswell noted that mass media fulfill three most important functions: first, they play a role of “setting the agenda” and acquaint audience with the current events; secondly, they consider importance of messages from the point of view of prospects of the events occurring in the world; thirdly, they play an important role in the course of socialization of the individual within certain cultural framework. On the basis of these functions, Lasswell puts forward the following main ways of communicative and political researches: investigation of forms of the “images” and political characters chosen for mass communication; an assessment of explanations in the materials offered by mass media, the analysis of influence of the messages distributed by mass communication channels to the level of political socialization (Lasswell H. D., 1948).

It is known that Lasswell's recommendations were supported widely and became bases of a number of scientific works. Since 1980th up to the present day, “The new ways of political communication” under D. Swanson's and D. Nimmon's editorship (Nimmon D., Swanson D., 1990) and “The reference book on communicative and political researches” under L. Kaid's editorship were published “The reference book on political communication” under the editorship of D. Nimmon and K. Sanders (Nimmon D., Sanders K.R., 1981), (Kaid L.L., Mahwah N.J., 2004).

In the mid-eighties and in the 90th, the redouble attention to concepts of discussion of mass society theory and conviction theory took place. In the conditions of information society establishment it is possible to denote the theoretical concepts intended to analysis of effective propaganda influence and ways of “psychological fight” conducting. It is possible to point up I. Beniger's (Beniger I.R., 1986) monograph, and also collective monograph by W. R. Neuman L. McKnight and R. J. Solomon (Neuman W. R., McKnight L., Solomon R. J., 1997).

The aforementioned theories develop within these trends of modern political science. Besides, the political communication theory comes under subjective influence of the widespread theory of critical character in the acting policy. First of all “critical” researches are dedicated to the analysis of sociological consequences of political communication. For example, M. Edelman seeks to find out “structure” of those messages which cause passivity and a neutrality of masses under the influence of the dominating groups (Edelman M., 2001).

B. Ginsberg and M. Shefter consider elections as the dramatized tradition which “is able” to legalize the actual power structure, but does not express true interests and requirements of society (Ginsber. B., Shefter M., 2002).

Authors of the given research tried to answer the following questions: what are mass media? What they are not? And what they have to be actually? These concepts were related to formation of free and independent ideal media expressing interests of masses, thereby improving them.

But in real life, press, radio and television do not correspond to such ideal at all. According to many scholars' opinion, it is possible to write the requiem about mass media in the spirit of Zh. Bodriyar, and as a result of mass media activity it is possible to make explanations about their spirit (Bodrijar Zh., 1999).

Also many authors of “critical” researches consider that scholars have to confine an active political position, to overcome social barriers in society, and to affect change of structures in communicative and political processes influencing reorganization of society by the principle of equality and justice as much as it possible. According to S. Hall, such activity is characterized as the “discourse fight” seeking to disclose the hidden ideological contents of messages against socio-political conditions which seem safe (Hall S., 2001). As a result of it, the concept of political communication in “critical researches” is treated as the most important one, and all communicative acts take political form.

Conclusion

Communicative and political processes in society are based on information policy of the government and mass media. Nowadays it is possible to speak on increase of a role of the relations between mass media and the state as the important subjects which carry out communicative and political processes.

According to the aforementioned theory, we have to consider sociological system as the set of individuals, structures, cultures which is carrying out certain functions in all society types. Sociological systems enter into the relations with others, i.e. political system is connected with the system of mass media. Otherwise, every system which improves connections with the others, has to carry out innovative policy and policy of modernization (in different types). These actions pave the way of activity and effective ability of this system.

Functions of political system are the following: solutions development and their acceptance. Besides, functions of mass media system consist in raising topical problems and subjects and providing integration of its parts in society. For each individual the role and value of mass media is becoming more and more important because of necessity of conversancy concerning world events. At the present moment mass media as the subject of policy help to learn truth, influence a certain activity. Therefore, the role of mass raises both as the participant of political information processes and as the off-taker of these actions. On the level of the world community as well as on the level of the individual personality process of reorientation from political system to mass media systems takes place.

According to the theory of mass communication, mass media get a priority over a state policy more and more. In this regard, mass media are treated as the institute realizing political communicative and information processes in respect of need of problems statement and decision.

According to this concept, scientists provide the special terms for such structures i.e. "telecracy" instead of democracy and "tele-elections" instead of elections (telections). Due to these communicative and information processes, the government policy started gaining more figurativeness, than realities.

One of the tendency of mass communicative and information processes is the decrease of mass media influence on a state policy. On the basis of that tendency, the government tries to take mass media under the control. Thus, such phenomena as individual communication networks in mass media and personal connections between political

scientists, as well as communication between the authoritative mega-media companies, media concerns and political parties can prove it. Therefore, the influence of a party on public radio or television can be considered as means of the government control over mass media. In course of foreign experience, the influence of politicians on mass media activity increases.

As a result of world experience in the field of communicative and information processes, the theory of super-system was born. Mass media and political systems started their development in the integral system consisting of the general structure which aimed at informing and notification of the people, and at increase of their monitoring. But, in our opinion, such system has not realized yet despite existence of the bases for its development.

It is indisputable that mass communication channels are important factors in the struggle for support given by political system. But this concept can not specify the role of mass communication in negative or positive influence on the society.

In course of consideration of modernization process in the sphere of political communication we have denoted the processes of addition, and sometimes replacement of those tendencies by each other. Otherwise, political communication is not a unilateral concept; it has a number of interpretations.

Actually, value of political communication within political system is defined by strengthening of a role of communication and different relations in political sphere. The "top-down" principle in adoption of strategic decisions by political parties lost its relevance long ago.

The following categories of political communication are special target and general political communications. Conscious actions of political parties and leaders in receiving support are considered as special target communication. In general, political communication is carried out in the course of mass media activity. In political science this process is considered as influential action of independent mass media in the relation to commercial mass media.

It should be noted that nowadays mass media influence both weakening of political communication within political system, and objective tendencies in increase of political communication role in society.

The aspiration of political system to identification of communicative processes out of political parties and parliaments is also topical at the present time. Modern scholars consider this tendency as political communication. So that, this concept comprises all actions aimed at support

of political system, including concept of political communication, political lobbying, political PR, political advertizing, and also the activity connected with political participation, and political education. For the last twenty years in Kazakhstan, as well as in other CIS countries such actions have started. In political communication, political

education and political participation the number of professional experts, and also development of political communication in the sociological science which developed a complex of special PR technologies take place. In our opinion, all modern PR technologies should be used as special implementers of political communication.

References

- Abramson P.R., Aldrich, J.H. Rohde, D.W. Change and Continuity in the 2000 Elections. Washington, D.C., CQ Press, 2002: 337.
- Beniger I.R. The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986: 493.
- Bodrijar Zh. Rekviem po mass-media. (Pojetika i politika: Al'manah Rossijsko-francuzskogo centra sociologii i filosofii Instituta sociologii Rossijskoj Akademii nauk) Moskva, Institut jeksperimental'noj sociologii. SPb.: Aleteja, 1999: 193, 226.
- Chaffee S., Roser C. Involvement and the Consistent of Knowledge, Attitudes and Behaviour. Communication Research, 1986: 377.
- Cohen B.C. The Press and Foreign Policy. Princeton N.J., Princeton University Press, 1963: 288.
- Edelman M. Constructing the Political Spectacle. Chicago: University of Chicago Press, 1988: 137.
- Edited by Rosengren K.E., Wenner L.A., P. Palmgreen. Media Gratifications Research: Current Perspectives. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1985: 311.
- Edited by Miller W.E., Levitin T.E. Leadership and Change: The New Politics and the American Electorate. Cambridge, Mass.: Winthrop Publishers, 1976: 267.
- Edited by Nimmon D., Sanders K.R. (Handbook of Political Communication). Beverly Hills: Sage Publications, 1981: 732.
- Edited by Swanson D.L., Nimmon D.P. New Directions in Political Communication. (A Resource Book). Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1990: 413.
- Edited by L.L. Kaid., Mahwah, N.J. (Handbook of Political Communication Research). Lawrence Erlbaum Associates, 2004: 541.
- Festinger L. Teorija kognitivnogo dissonansa. SPb.: Juventa, 1999: 317.
- Ginsberg B., Shefter M. Politics by other means: politicians, prosecutors, and the press from Watergate to Whitewater. New York: Norton, 2002: 266.
- Gerbner G. Institutional Pressures on Mass Communicators. (The Sociology of Mass Media Communicators: Sociological Review Monograph). University of Keels, 1969: 205, 248.
- Graber D.A. Processing the News: How People Tame the Information Tide. Lanham Md.: University Press of America, 1993: 300.
- Grachev M.N. Politicheskaja komunikacija: teoreticheskie koncepcii, modeli, vektory razvitija. Moskva: Prometej, 2004: 325, 328.
- Hall S. Encoding. Decoding. Media and Cultural Studies: Keywords. Malden, Mass.: Blackwell Publishers, 2001: 166–176.
- Iyengar Sh., Kinder D.R. News that Matters: Television and American Opinion. Chicago: University of Chicago Press, 1987: 187.
- Iyengar Sh. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. Chicago: University of Chicago Press, 1991: 195.
- Katz E. Communication Research and the Image of Society. (American Journal of Sociology). Glencoe: Free Press, 1960: 435–440.
- Kemerov V.E. Obekt, obektivnost', subektivnost'. (Sovremennij filosofskij slovar'). Minsk: PANPRINT, 1998: 602.
- Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas. L. Bryson. New York: Harper and Brothers, 1948: 43.
- Lasswell H.D. Propaganda Technique in the World War. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., 1927: 221, 222.
- Lazarsfeld P.F. On Social Research and its Language. Chicago: University of Chicago Press, 1993: 333.
- Lippman U. Obshhestvennoe mnenie. Moskva: Institut Fonda "Obshhestvennoe mnenie", 2004: 384.
- Naumov E.Ju. Kovarnoe obajanie dialoga. (Prava cheloveka v dialoge kul'tur) Moskva: RGGU, 1998: 105.
- Neuman W.R., McKnight, L. Solomon R.J. The Gordian Knot: Political Gridlock on the Information Highway. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1997: 324.
- Sharan P. Sravnitel'naja politologija. Moskva: Rossijskaja akademija upravlenija, 1992: 266.
- Solov'ev A.I. Politicheskaja komunikacija: k probleme teoreticheskoy identifikacii. Polis., 2002: 7, 11.
- Wiener N. Chelovek upravljajushhij. SPb.: Piter, 2001: 124, 152.
- Shennon K. Raboty po teorii informacii i kibernetike. Moskva: Izdatel'stvo inostrannoj literatury, 1969: 829.
- Wiener N. Kibernetika, ili Upravlenie i svjaz' v zhivotnom i mashine. Moskva: Nauka; Glavnaja redakcija izdaniy dlja zarubezhnyh stran, 1983: 124.
- Weiss W. Effects of the Mass Media of Communication. The Handbook of Social Psychology. Reading MA, 1969: 137.

Ұ.Ж. Молдашева* , С.М. Медеубек 

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

*e-mail: m.uljan@mail.ru

КІТАП МҰҚАБАСЫН ҰЛТТЫҚ СИПАТТА БЕЗЕНДІРУДЕГІ ІЗДЕНІСТЕР

Бұл мақалада кітап мұқабасының кітап шығару өнеріндегі орны мен рөлі талқыланады. Барлық уақытта ұқсас жанрлар мен тенденциялар болса да, әр елдің мәдени ерекшеліктеріне сәйкес шығармашылық тәсілдері де әр түрлі болуы мүмкін екендігі атап өтілді.

Осы ғылыми мақаланың мақсаты тұтынушының беріліп отырған ақпаратты ары қарай оқу қажеттілігіне немесе қажет емес деп шешім қабылдауына ақпараттың «сырт келбеті», біздің жағдайда, кітап мұқабасының безендірілуінің маңыздылығы мәселесін зерттеу болып табылады.

Ғылыми зерттеудің негізгі идеясы – әр елдің ұлттық ерекшеліктеріне байланысты мұқаба дизайнындағы айырмашылықтарды салыстыру. Мақалада қазіргі заманғы кітап иллюстрациясының ерекшеліктері қарастырылып, бірнеше танымал мысалдар салыстырылған.

Тақырыпты зерттеу барысында мақала авторлары жалпы ғылыми зерттеу әдістемелерін қолданды, атап айтқанда: салыстыру әдісі, талдау және синтез әдістері, сонымен қатар, контент-анализ, когнитивті суреттеу қолданылды. Шетелдік, сондай-ақ отандық ғалымдардың теориялық зерттеулері мен тұжырымдары алынды.

Зерттеу жұмысының нәтижесі мұқабаның кітап мазмұнының «айнасы» екендігін анықтады. Ол декоративті сипатқа ие және оқырмандарды қызықтыруға көмектесетін кітаптың маркетингінде де маңызды рөл атқарады. Кітаптың сыртқы сипатын әрлегенде дизайнер міндетті түрде өзіне көптеген міндеттер қояды. Ол алдымен потенциалды оқырманның қызығушылықтары мен қажеттіліктерін ескереді, кітаппен қандай байланысы барын айқындайды, басылымның осы түрінің құрылымы және оның мақсаттары мен қағидаттарын ұсынады. Ол кітапты сырттай және іштей «құрастырады», оған затын да таңдап, сындарлы шешімдер ойлап табады, кеңістікті ұйымдастырады және қабылдау динамикасын орнатады, визуалды бейнелер жүйесін жасайды.

Ғасырлар бойы кітап өнерінің эстетикалық шешімдері дамып, кітап басқа өнер түрлерінің – сәулет өнері, кескіндеме және графика, шрифт өнері мен қолданбалы шығармашылық, кейде театрландырылған қойылымдардың көркемдік табыстары мен жетістіктерін өз қажеттіліктеріне бейімдеуі зерттеудің құндылығы болып табылады.

Кітап безендіру бүгінде мұқаба бетінің ресми безендірілуінен бастап көркемдік біртұтастығына дейін елеулі өзгеріске ұшырады. Осы жұмыстың материалы мен нәтижесі дизайн өнерін оқытуда, кітап дизайны мамандарын дайындауда оларды қолдану кезінде, жалпы өнер саласында, өнертанушылардың, суретшілердің, мәдениеттанушылардың ғылыми зерттеулері мен практикалық қызметінде қолдануға болады.

Түйін сөздер: кітап графикасы, кітап шығару, дизайн, кітап мұқабасы, ұлттық дизайн ерекшеліктері.

U.Zh. Moldasheva*, S.M. Medeubek

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

*e-mail: m.uljan@mail.ru

Research on Book Cover Design in National Character

This article discusses the place and role of book covers in the art of publishing. It was noted that even if similar genres and trends exist at all times, creative approaches may differ depending on the cultural characteristics of each country.

The purpose of this scientific article is to study the “appearance” of information, in our case, the importance of book cover design, since based on this the reader decides whether to read the information provided or not.

The main idea of the study is to compare differences in cover design depending on the national characteristics of each country. The article examines the features of modern book illustration and compares several well-known examples.

The authors of the article, during studying the topic, used general scientific research methods, in particular: the comparison method, methods of analysis and synthesis, content analysis, cognitive analy-

sis. Theoretical studies and conclusions of foreign and domestic scientists have been obtained. Research results have shown that the cover is a “mirror” of the content of the book. It is decorative and even plays an important role in the marketing of the book, helping to better attract readers. A designer, who creates the appearance of a book, always sets himself many tasks: one should take into account the interests and needs of a potential reader, model the state of his relationship with the book, present the goals and principles of the structure of this type of publication.

The design of the book today has undergone significant changes: from the official design of the cover to artistic unity. The materials and results of this work can be used in teaching the art of design, in the training of specialists in book design; in the field of art in general, in the research and practice of art historians, artists, cultural studies.

Key words: book graphics, book publishing, design, book cover, peculiarities of national design.

Ү.Ж. Молдашева*, С.М. Медеубек

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

*e-mail: m.uljan@mail.ru

Исследования дизайна обложки книги в национальном стиле

В данной статье рассматриваются место и роль книжных обложек в искусстве книгоиздания. Было отмечено, что во все времена существовали схожие жанры и направления, но творческие подходы всегда отличаются в зависимости от культурных особенностей каждой страны.

Целью данной научной статьи является изучение «внешнего вида» информации, важность дизайна обложки книги, исходя из которого, читатель решает, читать предоставленную информацию или нет.

Основная идея исследования – провести сравнительный анализ дизайна обложек в зависимости от национальных особенностей оформления книжной продукции в разных странах. В статье рассмотрена специфика современной книжной иллюстрации и приведены примеры.

При изучении темы авторы статьи использовали общенаучные методы исследования, в частности: метод сравнения, методы анализа и синтеза, а также контент-анализ, когнитивный анализ, теоретические исследования и заключения зарубежных и отечественных ученых.

Результаты исследования показали, что обложка является «зеркалом» содержания книги. Она носит декоративный характер и играет важную роль в маркетинге книги, помогая привлечь читателей. Создавая внешний вид книги, дизайнер всегда ставит перед собой много задач: следует учитывать интересы и потребности потенциального читателя, моделировать состояние его взаимоотношений с книгой, представлять цели и принципы структуры данного типа публикации. Он «сочиняет» книгу снаружи и изнутри, подбирает для нее материалы, придумывает конструктивные решения, организует пространство и задает динамику восприятия, создает систему визуальных образов.

В данном исследовании показывается, как на протяжении веков эстетическая ценность книжного искусства возрастала, ведь книга адаптирует художественные достижения и успехи других видов искусства – архитектуры, живописи и графики, шрифтового и прикладного искусства, а иногда и театральных представлений.

Дизайн книги сегодня претерпел значительные изменения: от официального оформления обложки до художественного своеобразия. Материал и результаты этой работы могут быть использованы в обучении дизайнерскому искусству, при подготовке специалистов по дизайну книг; в области искусства в целом, в исследованиях и практике искусствоведов, художников, культурологов.

Ключевые слова: книжная графика, книгоиздание, дизайн, обложка книги, особенности национального дизайна.

Кіріспе

XX ғасырдың 60-жылдары мен 80-жылдар ортасынан бастап кітап пішінін ұйымдастыру мәселелері жан-жақты қарастырылып, өнер тарихы туралы зерттеулерде де талқылана бастады, осы тақырып бойынша дизайнер-суретшілердің амалияттық тәжірибелер жөніндегі кітаптары мен осы сала бойынша назарашылар, тарих-

шылар мен сыншылар жазған еңбектер жарық көрді. Бұл зерттеулер мен ғылыми еңбектерде, әдістемелік нұсқаулар мен оқу құралдарында және оқулықтарда басылымның адамға әсер ететін функционалдық сапаларының кешенін, кітаптың ақпараттық жүйелердегі орны мен кітап безендірудің ролін айта келе эстетикалық тұрғыдан маңызы бар дизайнға да ерекше назар аударылды. Кеңестік кезеңде кітап дизайны

тақырыбында қазақ тілінде жекелеген мақалалар мен бірлі-жарым зерттеу ғана болды. Ал XX-XXI ғасырлар тоғысында кітап нарығының жағдайы Кеңес кезеңінен мүлде басқаша өріс алды (Герчук, 2015).

Қазіргі дизайндағы жаңа үдерістерді түсіну үшін кітап мәдениетін қарастырудың тарихи және бір сәттік түрінен бас тарту керек болды (Матье, 2012). Кітап дизайнына деген жаңа көзқарас оның негізгі өзекті мәселелері мен атқарылуы тиіс міндеттерін анықтауға мүмкіндік берді, ал бұл өз кезегінде кітап дизайнындағы негізгі бағыттар мен жолдарды анықтауға жол ашты. «Кітапты мұқабасына қарап бағаламайды» деген қағида бар. Алайда бүгінгі күні бұл көзқарасты ұстанушылар азайған. Мұқаба кітаптың таралымы мен сұранысына тікелей әсер ететін факторға айналды.

Мұқаба, әдетте, қалың қағаз парағы немесе кітап блогын орайтын жұмсақ картоннан жасалады. XX ғасырдан бастап кітап нарығы кеңейіп, бәсекелестік күшейген сайын мұқаба ақпараттық және жарнамалық қызметке ие болды. Оқырманның баспа өнімімен танысуын бастайтын ең бірінші нәрсе – мұқаба. Нәтижесінде, нарықтың кеңеюі және кітап саудасының шоғырлануы аясында белгілі бір алқаманға және оқу жағдайына арналған мазмұнды кітаптың белгісі (алмастырушысы) ретінде мұқаба өте маңызды мәнге ие болады.

Материалдар мен ғылыми тәсілдер

Мақалада мұқаба түрлері мен кітап қабын безендіру талаптары, осы тақырыпта шетелдік дизайнерлер мен зерттеуші ғалымдардың тұжырымдары сарапталып, жүйеленіп, іріктелген теориялық ұстанымдар мен мәліметтер қорытынды тұжырым жасауға қолданылды.

Автор заманауи кітап басылымында мұқабаның маңыздылығын саралай келе, оның бүгінгі күнгі өндірістегі өзектілігін зерттеді. Барлық жинақталған деректерді жүйелеп отырып, қолданылған әдебиеттерді талдап, ғылыми мақаланың базасында өзіндік тұжырымын жасауға тырысты. Кітап басылымына қатысты зерттелген және жазылған еңбектер мен тәжірибе жұмыстарын талдап қорытындылау, тарихи-салыстырмалы, құрылымдық, жүйелік, теориялық таным, типтендіру секілді жалпы ғылыми, әлеуметтанулық, философиялық, тарихи зерттеу тәсілдерін қолданып жұмыс жасалды.

Мақала тақырыбын зерттеу барысында негізгі ғылыми зерттеу әдістемелері қолданылды: талдау және синтез әдісі, салыстырмалы тарихи

әдіс, сонымен қатар эскикативті әдістер (контент-анализ, мәтіннің ауызша және жазбаша мәнін, онда жиі кездесетін оқиға желісінің дамуын жүйелеп зерттеу, когнитивті суреттеу, белгілі бір саяси мәселені сол немесе басқа саясаткердің қалай анықтағаны жөнінде анализ жасау).

Мақаланың әдістемелік негізі болып, сонымен бірге шетелдік, әсіресе ресейлік әрі отандық ғалымдар мен осы саланың тәжірибеде жүрген мамандарының теориялық зерттеулері мен тұжырымдары алынды. Зерттеу объектісін талдауда графикалық дизайн тақырыбына қатысты мәдениет, өнер саласындағы ойшыл ғалымдардың теориялық ұстанымдары басшылыққа алынды.

Жалпы айтқанда, мазмұны бойынша әдебиетті шартты түрде үш түрге бөлуге болады (нақтырақ айтқанда, әдебиеттерді тағы бірнеше түрге бөліп қарастыруға болады):

- ғылыми зерттеушілік, тіпті, саяси және техникалық әдебиет пен оқулықтардың, анықтамалықтар мен энциклопедиялардың және т.б. түрлерін қамтитын көркем бейнелеу әдістерін қолданбайтын танымдық әдебиеттер;

- көркем образдарда бейнелейтін көркем әдебиет;

- ғылыми-көркем және ғылыми-көпшілік әдебиеттер.

Тізімделген әдебиеттердің әрқайсысы мазмұны жағынан да, пішіні жағынан да ерекше. Кітап шығаратын кез келген адамның міндеті – кітап мазмұнын оқырманға мүмкіндігінше қолжетімді ету. Кітаптың «тиімді өтуі» дизайнерге өте тәуелді.

Негізгі бөлім

Кітап графикасының әртүрлі құралдары бар: типтік, сәндік, тақырыптық. Олардың барлығы мұқабаларды, тыстымұқабаларды безендіруде кеңінен қолданылады және сипатына байланысты бірнеше ерекшелікке ие. Кітаптарда қамтылған әртүрлі сипаттағы тақырыптардың кең ауқымы оларды бейнелі түрде көрсетудің алуан түрін қажет етеді. Белгілі бір дизайн құралдарының ерекшеліктерін білу үшін негізгі дизайн элементінің сипатына қарай мұқаба, тыстымұқаба мен ішкі суреттерге арналған әртүрлі шешімдерді жіктеу пайдалы (Брюс, 2010).

Бұл көп жағдайда бірнеше гетерогенді дизайн элементтерінің мұқаба, суперқаптама бүйірлерінде бірдей қолданылуымен күрделі, мәселен, қаріптің жанында ою-өрнек немесе

сюжеттік кейіпкер бейнесі болуы мүмкін. Қаріп, негізінен алғанда, көп жағдайда символ не эмблемамен және тағы басқаларымен бірге жүреді. Сол себепті де композиция құрылымындағы басты элемент бөлігін енгізу принципіне бағытталған дизайнерлік техниканы жіктейтін боламыз. Бұл жағдайда бір элементтің екінші элементтен артықшылығын анықтайтын критерий оның кітап мазмұнын ашудағы рөлімен байланысты болады. Бұл критерийлер алдын ала белгіленіп алынады, өйткені көбінесе сәндік түрге жатпайтын, десе де үлкен сәндік жүктемесі бар мұқаба композицияға енгізілген сюжеттік фигура тақырып тұрғысынан алғанда негізгі бөлік, ал ою-өрнек тек қана рамка болып қалады.

Кітап мазмұнындағы ең негізгі компоненттер – кітаптың тақырыбы, идеясы – барлығы да әрқашан үйлесімді әрекет ететіні айқын нәрсе. Тақырып деген ұғымға автордың (мәтіннің, кітаптың, туындының, шығарманың) оқырманның назарын аудару аясына кіретін құбылыстар ауқымын жатқыза аламыз. Яғни ол материалды іріктеу процесінде оқшау етіледі: ұсақ құбылыстар «жоғалып», негізгілеріне баса назар салынады (Гончарова, 1977). Бұған, жалпы, көп жағдайлар әсер ете алады. Бірақ ең бастысы, автордың осы болып жатқан құбылыстарға деген көзқарасы, ұстанымы мен дүниетанымы автор идеясынан өз көрінісін табады. Ал мұндай ұстаным уақыт өте дами келе, жүйе болады-дағы, оқырман үшін туындының бүкіл құрылымын, оның ішкі логикасын ашық етіп көрсетіп береді. Оны қадағалай отырып, оқырман шығарманың негізгі авторлық идеясын түсінеді және өзінің көзқарасына байланысты оны таниды немесе жоққа шығарады. Кітап әрдайым идеяларды жеткізуші болып табылады, сондықтан дизайнер оқырманға кітаппен байланыс жасау тәжірибесін жеткізу үшін оларды түсінуге тырысуы керек (Миронова, 1984).

Бірақ та тікелей образдық формада айтуға мүмкіндік бермейтін көптеген тақырыптар бар. Мұндай мәселе, әсіресе ғылыми туындыларды безендіруде, мұқабасын әзірлеуде жиі ұшырасады. Мысал үшін шексіз шамаларды талдау туралы кітап бар делік. Айқын да, әдемі логикалық абстракцияға негізделген бұл кітап өздігінен мағыналы келеді, ал тақырыбы нақты көрсетілген. Десек те осы кітаптың идеясы да, тақырыбы да көркемделген түрде көрінуі қиын болады. Мұндай кітаптар өте көп. Дизайнер міндеті туралы айта отырып, белгілі бір шығарманың мазмұнын білдіруді емес, осы кітап жататын бүкіл әдебиет түрінің мазмұнына

тән ерекшеліктерді есте ұстау керек. Ал көркем шығарма кітаптарында болса, дизайнер оқырманға сол шығармалардың мазмұны туралы толығырақ түсінік бере алады.

Дегенмен кітап туындысының тақырыбын тек қана безендіру (дизайн) арқылы толық көрсету мүмкін емес. Мұқабада немесе супермұқабада тек оған жалпылама түрдегі сипаттама беруге болады, оқырманды шығарманың тек ең маңызды тұстарын ғана түсінуге итермелей алады. Бұл жағдайда жұмыстың сәтті не сәтсіз болуы негізгі тақырып үйлесімін дұрыс таңдау мен оларды көрсету формасына байланысты.

Қандай да бір көрнекі элементтің басымдылығы бойынша мұқабалар мен суперобложкаларды бес топқа жіктеп бөлуге болады (Конноли, 2009), олар сәйкесінше былай жіктеледі:

- қаріп (шрифт);
- ою-өрнек немесе декоративті емес безендіру;
- тақырыптық сурет;
- символдық немесе эмблемалық сурет;
- сюжеттік-тақырыптық сурет.

Дизайн саласының осы топтың кез келген біріне жататындығы, жоғарыда аталып өткендей, оның басқа топқа тән элементтер құрамында болуын да жоққа шығармайды. Айырмашылық тек «меншікті салмақта», осы элементтердің арақатынасында, олардың кітаппен тақырыптық байланыстарды ашуға қатысу дәрежесінде. Бұл байланыстар негізінен:

- тікелей;
- белгілі бір образда (тақырыптық, символдық, сюжеттік сурет);
- жанама түрде, ассоциативті өрнекке (қаріппен, ою-өрнекпен), көркем образдарға құрылған.

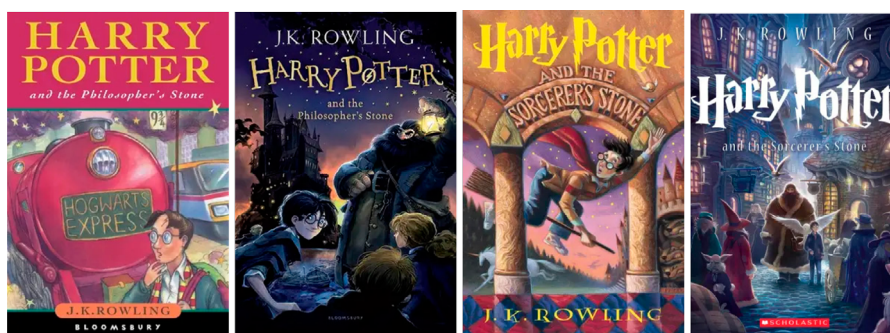
Көркем образға байланысты айтсақ, бізде әрдайым нақты бейнелеу объектісі ретінде нақты нысандар немесе шынайы құбылыстар болады. Осы жұмыста олар жалпылама түрде өмірлік нанымды белгілі бір дәрежеде алады. Бірақ оны көркем образ объективті әлем негізінде құрылып, қайта жаңғыртады (Большаков, 1964). Көркем образ өзінің айрықша сипатына қарамастан, кез келген басқа да образ сияқты объективті әлемнің субъективті сипаты болып қала береді.

Түстік шешімдер арқылы композиция құрылымының бір бөлігін жақсартуға, баса назар салып көрсетуге болады. Түс, мысалы, тақырыптың жолдарын, қаріптердің кез келген тобын, сондай-ақ кескіннің ерекше назар аудару қажет бөліктерін мейлінше бөлектеуге мүмкіндік береді. Мұнда бірнеше кең таралған түс схемалары берілген (Йост, 1996):

Егер әдеби шығарма тарихи сипатта болса немесе оның іс-әрекеті айқын ұлттық-этнографиялық сипаттамалары бар басқа елдерде орын алса, онда суреттей бастағаннан кейін халықтың мәдениеті, олардың костюмі, тұрмыстық заттары, қалалар мен ауылдардың сәулеті туралы жеткілікті материал жинау қажет. Бірақ дизайнер үшін иллюзиялық сенімділіктен гөрі бейнелі

мәнерлілік маңызды. «Дәлдік ақылсыз әдетке айналмауы керек» (Адамов, 1993). Егер ертегі суреттелген болса, онда кәдімгі шындықтан асып түсетін иллюстрациядағы ертегі элементі міндетті түрде орын алуы керек.

Мысалы, әлемге әйгілі «Гарри Поттер» кітаптарының мұқабасы әлемнің әр мемлекетінде әртүрлі болып келеді.



1. Ұлыбритания 2. Америка Құрама Штаттары



3. Франция 4. Германия

2-сурет. Әртүрлі баспадағы мұқабалар

Соңғы бірнеше жылда дизайнердің кітап индустриясындағы рөлі едәуір өсті. Адамның бір нәрсе туралы алғашқы әсері оның сыртқы түріне байланысты болатынын бәрі біледі, бұл кітап өнімдеріне де қатысты. Сарапшы мамандардың пікірінше, дүкенге келетін оқырмандардың да әртүрлі санаты бар, бірақ кітаптардың көптігі де ойды шашыратады, сондықтан оқырмандар кітапты «мұқабасы ұнады» деген қағидамен сатып алады.

Кітап мазмұнымен ғана емес, дизайнымен де қызықты болса, жүз есе жағымды болады дегенге көпшілік келіседі. Демек, кітап мұқабасының дизайны ең маңызды болып табылады және тіпті кітап шығарудың қызықты кезеңдерінің бірі деп айтуға болады.

Кітап мұқабасы дизайнерлерінің алдында тұрған мәселе – кітаптың рухын жеткізу және оны тұтынушыларға тартымды ету. Қаншалықты таңқаларлық болып көрінгенімен, әртүрлі елдерде түпкілікті нәтиже мүлдем басқаша көрінуі мүмкін. Сонымен қатар кейде тіпті әртүрлі мемлекеттерде кітаптың атауы да өзгеріске ұшырайды, себебі сол елде түпнұсқадағы атауы ұнамай қалуы, кейде ол мүлдем теріс мағынаға ие болуы да мүмкін.

Мәселен, біз кейде фильм постерлері мен бейне мұқабаларды әртүрлі нұсқада көруге үйренгенбіз. Студиялар әртүрлі нұсқалар әзірлеп және сынап қана қоймай, кейде басқа елдердегі нарықтарға әртүрлі таңдау жасайды. Бірақ көбінесе белгілі бір фильмге арналған афиша

көптеген елдерде өте ұқсас болады. Себебі әлемдік маркетинг дәуірінде бір студия фильмді барлық аумақтарда, көбіне бір уақытта шығарады.

Дегенмен бұл кітаптарға қатысты емес. Көп жағдайда баспагерлер бір елге немесе тілге арналған кітапқа құқықты ғана сатып алады, ал кітап өзінің түпнұсқасындағы дебюттен бірнеше ай өткен соң шығады. Нақтырақ айтсақ, автордың бір елдегі баспагері болады, бірақ оның басқа кітабын басқа тілдерде шығаратын бірнеше баспагерлері бола алады. Бұл баспагерлер кітапты сатып алғанда тек мәтінді сатып алады, яғни кітаптың мазмұнын.

Бұл халықаралық баспагерлерге таңдау мүмкіндігі бар дегенді білдіреді:

- мұқабаны лицензиялауды ұйымдастыру;
- өз дизайнындағы мұқаба жасау.

Баспагерлер әдетте екінші нұсқаны таңдайды. Бұл оларға кітапты өз нарығына қарай ыңғайластырып келтіруге және осы туралы өзіндік шығармашылық таңдау жасауға мүмкіндік береді.

Француз баспагерлері француз қыздары мұқабасында қыз бейнесі жоқ кітапты теріс қабылдайды деген теорияны ұстануы мүмкін. Неміс баспагері неміс балалары кітаптарының комикске ұқсауын қалайды деген мәліметтерге сүйенуі мүмкін.

Бағалар әртүрлі болғанымен, мұқабалар соншалықты қымбат емес. Сондықтан баспагерлер өз дизайнерлерін жалдауы ақылға қонымды шешім болып көрінеді.

Кітап мұқабалары екі мақсатты көздейді. Біріншісі – тартымдылық. Дизайн сізді кітапты алуға «мәжбүрлей» ала ма?

Мұқаба дизайнының екінші функциясы – оқу, әсер алуға ықпал ету.

«Тіпті кітап мұқабасы да – оқырман, дизайнер және тапсырыс беруші қажеттіліктерін ескеретін өнім», – дейді ABCdesign дизайн-бюросының жетекшісі Дмитрий Мордвинцев. «Тепе-теңдіктің қандай да бір моделін табу керек, мұнда барлығы қойылған міндеттерге сәйкес келеді және өзі күткен мақсатына қол жеткізеді: дизайнер өзінің амбицияларын қанағаттандырады, тапсырыс берушілер сатылымдар мен өз имиджіне риза болады, ал тұтынушы қалағанын табады». Жақсы дизайнерлік шешім – қызықты визуалды қозғалыс қана емес, сонымен қатар «векторлар бойымен әртүрлі бағытта қозғалуға» мүмкіндік беретін негізгі схема, ойластырылған алгоритм.

«Көбіне бір туындының мұқабалары әр аймақта әртүрлі болады», – дейді Natje Cantz баспа үйінің директоры Холгер Либс. – Тіпті халқы бір тілде сөйлейтін елдерде (мысалы, АҚШ пен

Ұлыбритания) кітап форматы әртүрлі келеді. Испан кітаптары да солай: тілі бір, бірақ әдебиеті мүлде бөлек, ал Испания мен Латын Америкасы елдері әртүрлі нарық қағидаларымен жұмыс істейді».

Суреттерден қаріп, түстік шешім, жалпы иллюстрацияның орындалу техникалары әр елдің ұлттық мәдени ерекшеліктеріне байланысты өзгешелеу келетіндігін байқауға болады. Ортақ ұқсастықтардан тек логотип пен балалар әдебиетіне тән түстер үйлесімін байқауға болады.

Акцент беру элементтері. Бұл термин арқылы дизайнерге мәтіндегі ең маңызды (мағынасы жағынан) сөздер мен сөз тіркестерін түпнұсқа композицияда, мұқабада, тыстымұқабада немесе алғыбетте (титулда) бөлуге мүмкіндік беретін қаріп элементтерін атаймыз.

Акцентуация (сөздік дискриминацияның фонетикалық құралдарының ерекше аймағы) құралдарына мыналар кіреді:

- әріптердің мөлшері, олардың бейімділігі мен стилін өзгерту;
- әріп түстерін және текстурасын өзгерту, мәтін сөздерін жолдарға бөлу тәртібі және т.б.

Мәтіннің акцентуациясы мұқабаның жеке дизайны мен түптеу үшін ғана емес, сонымен қатар дизайнды құрау процесі кезінде де қажет.

Мұқабаның немесе түптеудің бүйіріндегі жазуда басты нәрсеге баса назар аудару мәселесі тек жазылғандардың мағынасын анықтауда ғана емес, сонымен қатар үйлесімді қаріп композициясын ұйымдастыруда, барлық элементтердің кеңістіктік және масштабтық арақатынасын дұрыс табуда. Сонымен қатар кітап атауының қаріппен дәстүрлі акцентуациясынан бөлек ауытқуға да болады. Мысалы, егер «Тандамалы еңбектер» немесе «Жинақталған шығармалар» атауымен берілген кітап дизайны туралы айтатын болсақ, мысалы, автордың тегін бөлек көрсеткен дұрысырақ (Ляхов, 1971).

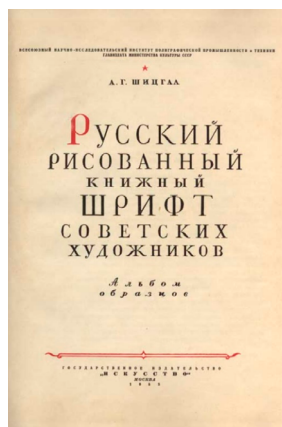
Акцентуациялық құралдарды формальды қолдану мағынаның бұрмалануына әкеліп соғуы мүмкін. Типтік мысалдар – бұл мәтіннің қосымша элементтерінің негізсіз екпіні, сөздердің қажетсіз дефис арқылы пайда болған буындардың мағынасыз екпіні.

Ассоциативті және семантикалық элементтер. Біз бұл тұжырымдамада қаріптің көмегімен дизайнер оқырман белгілі бір шығармаға тән сипаттамалар туралы ой тудыра алатын қасиеттерін атаймыз. Мәселен, кітап туралы дәуір көрсеткіштері, оның ұлттық ерекшеліктері, белгілі бір құбылыспен байланысы және тағы сол сияқты қасиеттері.

Ұзақ тарихи даму үдерісінде қалыптасқан қаріптің мұндай ерекшеліктері дизайнерлерді шығарманың тақырыбы мен оның кейіпкерін бағалауда үлкен жауапкершілікті міндеттейді. Қаріптегі ассоциативті-семантикалық реңктерді оқырман негізінен белгілі бір дәстүрлер, ассоциациялар, салыстырулар, байланыстар негізінде қабылдайды. Дәстүрлі семантикалық элементтердің әсері қаріп сызбасында, оның түсінде, контрастында және рельефінде айқын байқалды.

Қаріптің мәнерлілігі мен сипаты екі баспа түрін – «Елизаветинская» мен «Родченконы» салыстырған кезде айқын көрінеді. Кітап дизайны бойынша тіпті тәжірибесі жоқ оқырманды «Родченко» терген Ломоносов немесе Сумароков мысалдарының шығармалары сияқты, «Елизаветинская» қаріппен терілген Маяковский шығармаларының мұқабасы таң қалдырады. Бұл келіспеушіліктің себебі әр дәуір мәдениетінің өнімі болып саналатын қаріптердің стильдік ерекшеліктерінде, сондай-ақ Маяковский, Ломоносов немесе Сумароков шығармашылығында екендігі түсінікті.

Дизайнерлер кітапқа тарихи немесе ұлттық бояу беру үшін қаріптің визуалды мүмкіндіктерін кеңінен пайдаланады. Бұған жарқын мысалдар С. Телингатер, В. Лазурский, С. Пожарский, Е. Коган, Ю. Егоров, Д. Бисти, Г. Дмитриев, Е. Ганнушкин және басқалардың ең жақсы туындылары, олар дизайнердің оқырман үшін кітап мазмұнымен және қазіргі кітап графикасына тән ерекшеліктерімен қажетті ассоциацияларды тудыратын дәстүрлі қаріппен ұтымды үйлесімділікке қол жеткізді. Оның жарқын мысалы – суретші Б. Титовтың «Русский рисованный шрифт советских художников» кітабының дизайны, ол ескі болғанымен, жаңа орыс ұлттық жазуы элементтерін сәтті біріктіреді.



3-сурет. Баспа кітаптары

Біз типтің мағыналық реңк беретін ең негізгі ерекшеліктерін атап өттік. Бірақ бұдан басқа да көптеген нәзік сәттер бар, мысалы, әріптердің ырғақты үйлесімдері мен түс қарқындылығына байланысты оларды дәл есептеу мүмкін емес, бірақ оқырманға әсер етеді. Атап айтсақ: мәнерлі тип, жеңіл немесе ауыр, динамикалық немесе баяу. Көбінесе бұл сезімнің себептерін білмей, кейде біз бұл қаріптің берілген кітапқа сәйкес еместігін байқай аламыз (Саймон, 1996). Сондықтан қаріпте кітап немесе оның тақырыбының мағыналық жағын сипаттауға мүмкіндік беретін бірқатар қасиет бар деген қорытындыға келе аламыз. Расында да, ол белгілі бір көркем образ тудырмайды, тек экспрессияның ассоциативті формасымен ғана шектеліп қалады. Кітаптағы шығарманың тақырыбы туралы жоғарыда аталғандарды еске ала келе, қаріп көмегімен кітап мазмұнының кейбір жақтарын, әсіресе оның жалпыланған анықтамаларына байланысты аспектілерді ашуға болатындығын айтуға болады.

Ою-өрнек композицияның негізгі элементі ретінде белгілі бір тақырыптағы кітаптарға мұқабалар жасауда жиі қолданылады. Алайда қосалқы элемент ретінде, егер мазмұнды тікелей бейнелеу міндеті қойылмаған болса, кітаптың бүйір, форзац сынды басқа элементтері де барынша кең қолданылады.

Ою-өрнек әрдайым тақырыптың негізінде қолданылады, мотив болса, қоршаған әлемнің нақты формаларының – гүлдердің, жануарлардың, заттардың декоративті көрінісі болып табылады. Ол әрі геометриялық сызықтардан, пішіндерден және тағы да басқа осындай бөліктерден тұрады. Сәндік мотивтер өзінің тақырыптық мәні жағынан сай келмейді.

Геометриялық ою-өрнек жануарларға, тіпті, өсімдіктерге қарағанда мәнері жағынан төмен, кейде символдық мағынаға ие болып отырады (жүгері, лавр мен емен бұтақтары және т.б.). Ою-өрнек элементтерін қолдану дәстүрі көптеген ғасырлар бойы әртүрлі халықтар арасында қалыптасқаны түсінікті. Олар және де сәндік мотивтер мен формалардың эволюциясы ретінде бүгінгі күнге дейін жалғасын тауып келеді (Фаворский, 1986).

Көптеген ұрпақ бойына жиналған сәндік өнердің құндылығы екі негіздің бірлігіне – ою-өрнек мазмұны мен пластикасына негізделген. Терең спецификалық мазмұн өзінің мәніне сәйкес көбіне тақырыптық дәстүрлі-семантикалық элементтерді алып жүреді. Ою-өрнекпен жұмыс істейтін дизайнер осы негізді көріп,

оны туындымен тақырыптық байланыстарды дамыту үшін қолдана білуі керек. Ою-өрнекті шебер қолдануды көрсететін көптеген мысалдар табуға болады. Ою-өрнек қолданбалы өнер, қолөнер, көркемөнер және т.б. туралы кітаптарды безендіруде, яғни ою-өрнекпен байланысты тақырыпта кітап мазмұнын жалпылама түсіндіру қажеттілігі туындаған кезде кеңінен қолданылады.

Ою-өрнектің ұлттық табиғаты оны ұлттық әдебиет антологиясы сияқты басылымдарды безендіру құралы ретінде кеңінен қолдануға мүмкіндік береді, ондағы кітапқа оның ұлты тұрғысынан жалпы сипаттама беретін синтезделген шешім табу қажет.

Кітап мұқабаларын безендіруге деген шамадан тыс ынта әрдайым монотондылыққа әкелетінін атап өткен жөн. Мазмұнына қарамастан, кітапты безендіру жағымсыз салдарға алып келуі мүмкін: жалпы кітаптың сыртқы иллюстрациялық компонентіне ғана мән беру шығарманың өзіндік ерекшелігін, ал тақырыптық мәнін екінші деңгейге ысырып тастауы мүмкін.

Кітап дизайнында ою-өрнектерді қолдану сынды кез келген дизайн элементтерін жасау кезінде ұқыптылық болуы керек. Ою-өрнек туралы айтқан кезде дизайнер өзінің қандай мақсатты көздейтіндігін, нақты не айтқысы келетінін білуі керек.

Ою-өрнек бейнелеу өнері жүйесінде маңызды рөл атқаратын үлкен декоративті маңыздылығымен сипатталады. Сәндік бейнелеу саласының дамуы декоративті мәнде, сондай-ақ элементтер мен түстік қатынастардың дамып, өзара үйлесуі арқылы жүреді.

Қорытынды

Мұқабасы жоқ кітапты дайын өнім деп санауға болмайды. Кітап өзінің мазмұны мен мақсаты туралы қысқаша сипаттама беріп тұруы тиіс, тіпті ашылмай тұрса да, оның жақтауы дұрыс болуы керек. Дизайн құралдарының көмегімен кітаптың адамға әсерін едәуір күшейтуге болады, оның мазмұнын түсінікті және қолжетімді ету арқылы да оқырманның қолына

түспей тұрып-ақ, оған назар аудартуға болады. Кітаптың мұқаба, парақ, суперобложка сияқты сыртқы элементтерінің дизайны сапалы болып шығуы үшін дизайнер потенциалды оқырмандардың қызығушылығын, аудиторияның әртүрлі топтарының ерекшеліктерін, кітаптың мазмұнын, оны жариялаудың мақсатын өзі де білуі керек.

Әртүрлі елдер кітаптарының мазмұны түрлі тілде жазылатыны сияқты, олардың мұқабаларында да өздеріне тән ұлттық ерекшелік элементтері, қалыптасқан түстерді, реңдерді, бояу түрлерін қабылдау шешімдері кездеседі екен. Мысалы, әйелдер романтикасына арналған кітап мұқабасын қазақстандық басылымда қарапайым әйел бейнесімен безендірер болса, француз басылымдары әлдеқайда ашық, мүмкін стилизацияланған әйел бейнесін берер еді. Бұл арада, әрине, менталитет те рөл атқарады.

Әртүрлі мемлекеттер нарығында кітап мұқабасы саласында өзгешеліктер болады ма? Әрине, барлық жерде өзіндік тенденциялар бар. Ал қазақ оқырманы мұқабадан көбінесе сюжет немесе оқиға көргісі келеді. Тек дизайнына қарап, ол кітаптың не туралы екенін білгісі келеді. Автор қанша ұнатса да, минимализм де, абстракция да бізде бірге жүрмейді. Жалпы, тұтынушы иллюстрация көргісі келеді. Бұл – нарық заңы.

Мұқаба иллюстрация ретінде қызмет етуі және онда басты кейіпкер (немесе оған ұқсас нәрсе) болуы керек. Келесі бір мәлімдемеге сәйкес, алдымен, жарқын сурет көзге түседі. Қара да, ақ та, сұр да емес. Түс ешқашан көп болмайды, кез келген жарнама беруші осыны растайды. Әрине, бұл өнерде түнді, дауылды, жаңбырды және т.б. бейнелемеу керек дегенді білдірмейді. Барлығы өнердің өзіне байланысты. Мұқаба жедел сатылым құралы деп аталады.

Авторлар кітап сөрелерінде оқырман үшін үлкен бәсекелестік бар екенін түсінуі керек. Сондықтан шыққан кітап бір нәрсемен ерекшеленуі керек: оның мазмұны ғана емес, дизайны да маңызды. Кітаптың назар аударарлық атауы мен мұқабасының сәтті дизайны болуы керек.

Әдебиеттер

- Адамов Е.Б. Художественный образ книги. – М., 1993.
 Большаков М.В., Гречихо Г.В., Шицгал А.Г. Книжный шрифт. – М.: Книга, 1964.
 Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing. Publishing house «Agio», 2010. – P. 29.
 Герчук Ю.Я. Искусство печатной книги в России XVI-XXI веков. – СПб.: Коло, 2015. – С. 56.
 Гончарова Н.А. Композиция и архитектура книги. – М.: Книга, 1977. – С. 63.

- Ляхов В.Н. Очерки теории искусства книги. – М.: Книга, 1971.
- Майсурадзе Ю.Ф., Мильчин А.Э., Маковеев Н.П. и др. Энциклопедия книжного дела. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М., 2004. – С. 204.
- Миронова Л.Н. Цветоведение. – Минск, 1984.
- Mathieu L. Book of Books: 500 Years of Graphic Innovation. Thames and Hudson, 2012. – P. 96.
- Richard H. About book design. Yale University Press. – 1998 – P. 102.
- Simon G.A. Science about the artificial. – 3rd ed. – MIT Press, 1996. – 248 p.
- Ian Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design. Hartley and Marks, 1991. – P. 26
- Iost H., Robin K. Book design: practice and theory. – London: Hyphen Press, 1996. – P. 78
- Connolly J. Eighty Years of Book Cover Design. – London: Faber and Faber, 2009. – P. 315
- Фаворский В.А. Об искусстве, о книге, о гравюре. – М.: Книга, 1986.

Электронды ресурстар:

- Karla Lant, Anatomy of a book cover (2015). Режим доступа: <https://99designs.com/blog/book-design/anatomy-of-a-book-cover/>
- Максимов А.И. Книга и обложка книги (2007). Режим доступа: <https://patenton.ru/patent/RU2305634C1>
- Носков К. Все плохо: Что не так с казахстанским дизайном? (2018). Режим доступа: <https://www.the-village.kz/village/people/howtobe/2755-in-design-we-trust>
- Снежинская К. Какой должна быть обложка (2016). Режим доступа: <https://litnet.com/ru/blogs/post/8198#>

References

- Adamov E.B. Hýdojestvennyy obraz knıgı [Artistic image of the book]. – М., 1993.
- Bruce T. Demystifying Book Marketing: The Success of Self-Publishing. Publishing house «Agiо», 2010. – P. 29
- Bolshakov M.V., Grechıho G.V., Shıtsгал A.G. Knıjnyı shrıft [Book font]. – М.: Knıga, 1964.
- Connolly J. Eighty Years of Book Cover Design. – London: Faber and Faber, 2009. – P. 315.
- Favorskıy V.A. Ob iskýsstve, o knıge, o graviýre [About art, about a book, about an engraving]. – М.: Knıga, 1986.
- Goncharova N.A. Kompozitsıya i arhitektonika knıgı [Composition and architectonics of the book]. – М.: Knıga, 1977. – S. 63.
- Gerchýk Iý. Ia. Iskýsstvo pechatnoi knıgı v Rossıi XVI-XXI vekov [The art of the printed book in Russia in the 16th-21st centuries]. – SPb.: Kolo, 2015. – S. 56.
- Ian Ch. Book Form: Essays on the Morality of Good Design. Hartley and Marks. 1991. – P. 26.
- Iost H., Robin K. Book design: practice and theory. – London: Hyphen Press, 1996. – P. 78.
- Lıahov V.N. Ocherkı teorii iskýsstva knıgı [Essays on book art theory]. – М.: Knıga, 1971.
- Mathieu L. Book of Books: 500 Years of Graphic Innovation. Thames and Hudson, 2012. – P. 96.
- Maisýradze Iý.F., Mılchin A.E., Makoveev N.P. i dr. Entsiklopedıya knıjnogo dela [Encyclopedia of book business]. – Izd. 2-e, pererab. i dop. – М., 2004. – S. 204.
- Mironova L.N. Tsvetovedenie [Color science]. – Mınsk, 1984.
- Richard H. About book design. Yale University Press, 1998 – P. 102.
- Simon G.A. Science about the artificial. – 3rd ed. – MIT Press, 1996. – 248 p.

Electronic resources:

- Karla Lant, Anatomy of a book cover (2015). Access mode: <https://99designs.com/blog/book-design/anatomy-of-a-book-cover/>
- Maksimov A.I. Book and book cover (2007). Access mode: <https://patenton.ru/patent/RU2305634C1>
- Noskov K. Everything is bad: What's wrong with Kazakhstani design? (2018). Access mode: <https://www.the-village.kz/village/people/howtobe/2755-in-design-we-trust>
- Snezhinskaya K. What should be the cover (2016). Access mode: <https://litnet.com/ru/blogs/post/8198#>

Ұ.М. Есенбекова 

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.,
e-mail: ultmudde@mail.ru

ЦИФРЛЫҚ ОРТАДА ӘЛЕУМЕТТІК-САЯСИ КОММУНИКАЦИЯНЫҢ ТҮРЛЕНУ СЕБЕПТЕРІ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМИ ДЕФИНИЦИЯНЫ НАҚТЫЛАУ

Мақалада жаңа дәуірдегі әлеуметтік қатынастардың түрленуі және оларды коммуникациялық формалар арқылы бекіту мәселелері, әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу мен осы процестерді зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру, біріздендіру проблемалары қаралған. Саяси теорияның контекстінде коммуникация ұғымы өзара ақпарат алмасу мен ақпараттың қоғамға таралу үрдісімен байланысты қаралады. Бұл жағдай саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында туындайтын қарама-қайшылықтарды анықтаудың маңызын бірінші кезекке шығаруда.

Зерттеу жұмысының мақсаты. Автор зерттеу жұмысында саяси коммуникация теориясының басты модельдерін талдай отырып, орталықтандырылған бір бағытты коммуникацияның орнын аудитория мен саяси-коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпарат тарату формалары алмастырады деген болжамды дәлелдеуді мақсат еткен. Өйткені, цифрлық технологиялардың дамуы басқарушы мен бағынышты арасындағы коммуникативтік «вертикалды» байланыстармен қатар «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюына бастайтын болады деген тұжырым жасайды.

Зерттеу жұмысының құндылығына саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері қатынастың болмауы мен азаматтардың саяси-қоғамдық белсенділігінің төмендеуінің арасындағы байланыстың бар екенін анықтауды, бұл байланыс биліктің іс-әрекетіне деген наразылықты күшейтетін фактор деп бағалануын жатқызамыз. Зерттеу әдістемесіне бақылау және салыстыру, сипаттау сияқты тәсілдермен қатар, құжаттарды жүйелеу және социометриялық әдіс-тәсілдер қолданылды.

Ғылыми мақаланың нәтижесі. Мақалада цифрлық ортаның ықпалымен әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерінің өзгерістері жақсы жүйеленіп, сарапталған. Әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу процестерін зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру, біріздендіру проблемаларын шешуде ұсыныстар жасалған. Мысалы, автор «бұқаралық коммуникация құралдары» мен «бұқаралық ақпарат құралдары» сияқты ұғымдардың қолдану тарихын жан-жақты зерттеп, олардың дұрыс анықтамаларын терең дәлелдермен сипаттап берген.

Мақала қорытындысында әлеуметтік процестердің саяси өмірдегі ықпалы мен серпінін күшейтетін коммуникативтік тәсілдер қоғамдағы белсенділікті өсіретін факторлар екені көрсетілген. Саяси коммуникацияның басты функциясы – елдегі қоғамдық жүйені ішкі және сыртқы жағдаяттарға икемдеуді, ұлттық мүддені қорғау екені тұжырымдалған.

Түйін сөздер: коммуникациялық ықпалдасу, вертикалды коммуникация, саяси акторлар, әлеуметтену, медиакратия.

U.M. Yessenbekova

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Nur-Sultan,
e-mail: ultmudde@mail.ru

Transformation of socio-political communication in the digital age and clarification of scientific definitions

The article examines the issues of transformation of social relations and their strengthening through the forms of communication in the new era, the problems of integration of socio-political communication and the improvement of scientific definitions, the processes used.

The purpose of the investigation. Analyzing the basic models of the theory of political communication, the author tries to prove the hypothesis that instead of centralized one-way communication comes a form of information dissemination with enhanced feedback communication and inter-audit communication. This is due to the fact that digital technologies lead to the increase of “horizontal” streams with

“vertical” communication between participants in the exchange of information. The value of research. The author establishes interdependence between the reduction of political and social activity of the citizen and the absence of feedback from the political structure with society. Such dependence is valued as a factor that aggravates the dissatisfaction of society with the actions of the authorities. Metodologiya research includes in itself such scientific methods as observation and comparison, writing, systematization of facts and sociometric methods.

Results of the scientific article. The article systematizes and analyzes the role and changes in the competencies of socio-political communication in the conditions of rapid development of the digital environment. Recommendations on the unification of scientific definitions used in the study of the processes of socio-political communication are developed. For example, on the basis of official documents are given the grounds for the use of the concept of “means of mass communications” and “means of mass information”.

The article highlights the communicative approaches that enhance the influence and dynamics of social processes in political life and are factors that increase activity in society.

Key words: communication interaction, vertical communication, political actors, socialization, mediocracy.

У.М. Есенбекова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Нур-Султан,
e-mail: ultmudde@mail.ru

Трансформация социально-политической коммуникации в цифровую эпоху и уточнение научной дефиниции

В статье исследованы вопросы трансформации социальных отношений и их укрепление через формы коммуникации в новую эпоху, проблемы интеграции социально-политической коммуникации и совершенствования научных определений, используемых при изучении этих процессов. В контексте политической теории понятие коммуникации рассматривается в связи с процессом взаимного обмена информацией и ее распространения в обществе. Такая ситуация подчеркивает важность выявления противоречий между микро- и макроуровневыми подходами при анализе феномена политической и социальной коммуникации.

Цель исследования. Анализируя основные модели теории политической коммуникации, автор пытается доказать гипотезу о том, что вместо централизованной односторонней коммуникации приходят формы распространения информации с усиленной обратной связью между аудиторией и участниками политических и коммуникационных процессов. Это связано с тем, что цифровые технологии приводят к увеличению «горизонтальных» потоков наряду с «вертикальной» коммуникацией между участниками обмена информацией.

Ценность исследования. Автор устанавливает зависимость между снижением политической и социальной активности граждан и отсутствием обратной связи политических структур с обществом. Такая зависимость оценивается как фактор, усиливающий недовольство общества действиями властей. Методология исследования включает в себя такие научные методы, как наблюдение и сравнение, описание, систематизация источников и социометрические методы.

Результаты научной статьи. В статье систематизированы и анализированы роль и изменения компетенций социально-политической коммуникации в условиях быстрого развития цифровой среды. Выработаны рекомендации по унификации научных дефиниций, используемых при изучении процессов социально-политической коммуникации. Например, на основании официальных документов приведены обоснования использования понятий «средства массовых коммуникаций» и «средства массовой информации».

В статье выделены коммуникативные подходы, которые усиливают влияние и динамику социальных процессов в политической жизни и являются факторами, повышающими активность в обществе. По мнению автора, основной функцией политической коммуникации являются адаптация социальной системы страны к внутренним и внешним условиям, защита национальных интересов.

Ключевые слова: коммуникационное взаимодействие, вертикальная коммуникация, политические акторы, социализация, медиакратия.

Кіріспе

Жекелеген индивидтер мен тұлғалар арасындағы коммуникацияны, қоғамдық институттар мен ірі әлеуметтік топтардың ақпараттық ықпалдасуы мен саяси-экономикалық салада өзара әрекеттесу құбылысын түсіндіретін негізгі тұжырымдардың генезисі мен дамуын талдау коммуникациялық процестердің әлеуметтік қатынастарға әсерін дұрыс болжау үшін керек. Бұл жерде саяси-әлеуметтік әрекеттесудің тұжырымдарының генезисі деп – саяси-әлеуметтік әрекеттесудің ғылыми категория түрінде пайда болуы мен шығу себептерін, қалыптасуы мен дамуын, жойылуын түсінеміз.

Коммуникацияның қажетті және жеткілікті шарттарына: таңдалған мақсаттың, екі немесе одан да көп қатысушылардың, хабарламаның, тарату каналдарының және хабарлама мән-мәтінінің болуын жатқызамыз. Коммуникация адам өмірінің барлық салаларын қамтиды және әлеуметтік, саяси, экономикалық жүйелердің жұмыс істеуінің міндетті атрибутын құрайды.

Билікті жеңіп алу, ұстап тұру және қолданумен байланысты саяси акторлардың қызметінде туындайтын өзара қатынастары бір актордан екінші акторға немесе қоршаған әлеуметтік ортаға түрлі хабарламаларды жеткізуге арналған коммуникациялық формалардан байқалады. Коммуникация формаларында саяси коммуникация саяси-әлеуметтік қызметтің ажырамас қасиеті болып танылады. Және саяси коммуникация тілдің және басқа символдық пішіндердің көмегімен ақпарат тасымалдауды мақсат еткен жеке және жиынтық акторлардың бірлескен қимылының өзгеше формасындағы әлеуметтік коммуникацияның дербес түрі.

Ақпараттық ықпалдасудың өзгеше формасының ерекшелігі – экономикалық, саяси салалармен байланысты ақпараттың ерекше тақырыптық бағдары мен коммуникацияның әлеуметтік-саяси үрдістердің жүргізілу барысына әсер ету мақсатына тәуелді. Саяси теорияның контекстінде коммуникация ұғымы саяси акторлардың, бір жағынан, билікке қатысты өзара ақпараттық қатынасын, екінші жағынан, саяси мағыналы ақпараттың қоғамға таралу үрдісін білдіреді. Екеуі де бірімен-бірі тығыз байланысқан: индивидтердің жеке немесе топтасып ықпалдасуы ақпараттық әрекеттесуді және ақпарат алмасуға бағытталса, ақпарат таратудың мәні – қолданылған каналдар мен техникалық құралдардың түрлеріне қарамастан адресаты (*индивид, ұйым және қауымдастықтың*) ай-

қындалған кезде ғана пайда болады. Бұл жағдай саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында айтарлықтай қарама-қайшылықтар жоқтығын көрсетіп, оларды біріктіріп жинақтау мүмкіндігін туғызады. Саяси коммуникацияның теориялық модельдерінің генезисі мен эволюциясын талдай отырып, «хабар тарату моделі» үлгісіндегі бір бағытты, орталықтандырылған коммуникацияның орнын аудитория мен саяси-коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпаратпен бөлісу формалары біртіндеп алмастырып жатқан тенденцияның ашықтығын тұжырымдай аламыз.

Әдебиетке шолу және қолданылған ғылыми методологиялар

Мақаланы дайындау барысында жаңа дәуірдегі әлеуметтік қатынастар мен олардың коммуникациялық формалардың көмегімен дамуына байланысты жазылған жиырмадан асатын ғылыми әдебиеттер мен мақалалар сарапталды. Библиографиялық тізімде көрсетілген ғалымдардың еңбектері саяси теорияның құрамдас бөлігіне жатқызылатын коммуникация ұғымы өзара ақпарат алмасу мен ақпараттың қоғамға таралу үрдісіне тәуелді екенін анықтау барысында қолданды (Lasarsfeld, 1971; Санстебан, 1992; Mc Lean, 1991; Thomas and et., 2014).

Саяси коммуникация теориясының басты модельдерін талдау арқылы бір бағытты коммуникацияның орнын аудитория мен әлеуметтік коммуникациялық процестердің қатысушылары арасында кері байланыс күшейтілген ақпарат тарату формалары алмастырады деген болжамды дәлелдеуге болады. Цифрлық технологиялардың дамуы коммуникативтік «вертикалды» байланыстармен қатар «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюына бастайтын болады деген тұжырым жасауға мүмкіндік береді. Осы бағыттағы зерттеулерді батыстық және ресейлік ғалымдардың еңбектерінен кездестіре аламыз (Castells, 2016; Fukuyama, 2014; Coleman, 2001; Сабитов, 1999).

Саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері байланыстың болмауы мен азаматтардың саяси-қоғамдық белсенділігінің төмендеуінің арасындағы байланысты анықтау әлеуметтік коммуникацияның тиімділігін өлшеуде маңызды рөл атқарады. Бұндай байланыстардың биліктің іс-әрекетіне деген наразылықты күшейтетін фактор деп бағалануын және осы тақырыптағы зерттеулердің *күрделілігін шетелдік ғалымдардың еңбектерінен байқауға* болады (Хабермас, 2000; Nair, 2019; Seligmen, 2002).

Цифрлық ортаның ықпалымен әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерінің өзгерістерін талдауда ғылыми жүйеленіп, сарапталған еңбектердің орны бөлек. Бұл жерде үлкен проблемалық түйін де бар. Әлеуметтік-саяси коммуникациялық ықпалдасу процестерін зерттеуде қолданылатын ғылыми дефиницияларды жетілдіру қажеттігі мен біріздендіру проблемаларын шешудің өзектілігін көптеген ғалымдар айтып жүр. «Бұқаралық коммуникация құралдары» мен «бұқаралық ақпарат құралдары» сияқты ұғымдардың қолдану тарихын жан-жақты зерттеу, олардың дұрыс анықтамаларын терең дәлелдермен сипаттаудың қажеттігі медиа саласын зерттеуші ғалымдардың еңбектерінде жиі кездеседі (Miller, 1994; Strauss, Corbin, 2012).

Бұл жағдайдың дұрыс шешілуі саяси-әлеуметтік коммуникация феноменін талдауда микро мен макро деңгейлі тәсілдемелердің арасында туындайтын қарама-қайшылықтарды жоюға дұрыс бағдар болары анық. Мақаланы дайындауда автор бақылау және салыстыру, сипаттау сияқты тәсілдермен қатар, құжаттарды жүйелеу және социометриялық әдіс-тәсілдерді қолданған. Авторлық болжамдар мен тұжырымдарды дәлелдеуде 2020 жылдың желтоқсанында Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-дің білім алушыларының көмегімен жүргізілген сараптамалық сауалнаманың нәтижелері қолданылды. Сауалнамаға 50-ден аса адам қатысқан, барлығы жоғары білімді. Олардың ішінде білім алушылармен қатар экономиканың әртүрлі салаларында жұмыс істейтін қызметкерлер мен зейнеткерлер бар.

Автордың қолданған материалдары мазмұндық жағынан тақырыптың ауқымын өсіруге, мақалада айтылатын ой-тұжырымдар мен болжамдарды дәлелдеуге толымды негіз болды. Батыс пен Азия, ресейлік және қазақ ғалымдарының пікірлері қатал сынның елегінен өткізілді, қазақ медиа ортаның жағдайында қолданылу ықтималдығы тұрғысынан зерттелді.

Негізгі бөлім. Талқылау

Азаматтық қоғам институттары нығайып, цифрлық технологиялардың дамуы мен жаңа бұқаралық коммуникация құралдарының пайда болу кезеңінде қоғамдағы дәстүрлі басқарушы мен бағынышты арасындағы «вертикалды» коммуникативтік байланыстармен бірге «горизонталды» коммуникативтік-ақпараттық ағындардың ұлғаюы байқалатын болады. Алайда, бұның өзі де электоралды коммуникация аясындағы манипулятивтік (*бұрмалау*) технологиялардың таралуына кедергі бола алмайды.

Қоғамдағы бұқаралық коммуникация жеке тұлғалар өздеріне бағытталған хабарламаларды қабылдап, түсінуге қабілетті деп пайымдайды. Коммуникаторлар мақсатты аудиториясына тиісті хабарламаны жеткізіп, реципиенттің өздеріне қажетті реакциясын алуға күш салады. Бұл жерде олар өздерінің коммуникативтік іс-әрекеттерін бақылап, жіті сүзгіден өткізіп түзетіп отыруға міндетті (Мангейм Дж. Б., Рич, 1997; Ахатова, 2006).

Егерде саяси құрылымдар мен қоғам арасындағы кері байланыстың тиімді механизмдері қосылмаса, онда азаматтардың электоралды және саяси белсенділігінің төмендеуін, биліктің қимыл-қозғалыстарына наразылығын болжауға болады. Қателік түзетілмесе саяси жүйе мен қоғамдағы тұрақтылыққа қатер төндіру ықтималдығы жоғарылайды.

Қазақстандық бұқаралық коммуникация құралдарының қалыптасуындағы саяси-экономикалық және әлеуметтік аспектілерді талдауда коммуникациялық жүйенің негізгі акторларын, олардың бір-бірімен қарым-қатынасының эволюциясына көңіл бөлінуі тиіс. Және де бұл қарым-қатынастағы өзгерістер ғаламдық модернизацияның беталысы мен елдегі саяси демократиялық процестерден бөліп қаралмайды. Қоғамдық-саяси процестердің феноменін түсіндіретін тұжырымдарды сараптауда саяси акторлардың қоғамды дамытушы рөліне барынша көңіл бөлінеді. Аталған контексте саяси актор деп саясатта, әлеуметтік немесе экономикалық процестерге жеке немесе ұжымдық қатысушы субъектіні қабылдаймыз. Мысалы, Қазақ мемлекеті халықаралық, аймақтық және ішкі саяси кеңістіктегі саяси актор, қоғамдағы жетекші әлеуметтік актор болып саналады.

Саяси процестер деп макро деңгейдегі саяси өмірдің серпінін көрсететін коммуникативтік актілер мен билік үшін, қаржылық үстемдік үшін күресетін саяси субъектілердің ықпалдасуын меңзейтін әлеуметтік құбылыстарды айтады. Бұндай кешенді процестер қоғамдағы белсенділіктің бірігуін көрсете отырып мемлекет пен қоғамның, әлеуметтік ортаның, мемлекеттік институттардың, жеке тұлғалардың ықпалдасу қағидаларын бекітеді. Сондықтан да, болашағын ойлаған Қазақ Елінде саяси процестердің басты функциясына елдегі саяси жүйенің ішкі және сыртқы жағдаяттарға икемделуін, ұлттық мүдденің қорғалуын жатқызылуын өмірлік қажеттіліктен туындаған бағыт деп бағалауға тиістіміз. Қоғамдық-саяси кеңістік тығыздалған кезде және саяси процестердің субъектілерінің

арасындағы бәсеке күшейген тұста БҚК-ның рөлі жаңаша бағалана бастайды. Масс-медиа да әлеуметтік-саяси коммуникацияның негізгі акторы болып орнығады, трансформацияланады. Осы кезеңнен бастап бұқаралық медиа жүйесінің үдемелі эволюциясына жол ашылады (Giddens, 2011; Дөрбетханұлы, 2003).

Бұқаралық коммуникация әлеуметтік қатынастардың сан алуандығын қамти отырып, саяси субъектілердің мәдени құндылықтарын байқатады. Сонымен бірге, БҚК әлеуметтік-саяси ақпаратты өзіне сіңіріп, тасымалдап, барлық ілгерілету технологиялары мен құралдарын ақпарат алмасу процесіне қосады. Осы жерде ұғымдық және терминологиялық аппаратта берілген дефинициялардың ішінен біздің ғылыми зерттеуімізде қабылдаған саяси субъекті мен саяси объектінің ұйғарымын тиянақтап алу қажет. Біздің зерттеуімізде саяси субъектілер деп – жеке тұлғаны, саяси лидерді, элита, әлеуметтік қауымдастықтар, этно-мәдени және қоғамдық ұйымдар, саяси партияларды, аймақтарды, мемлекетті, саяси объекті деп – саяси субъект ықпал ететін тұлғаны, азаматты, қоғамдағы топтарды, ұйымдарды анықтауды дұрыс көрдік.

Бұқаралық коммуникацияның басты акторлары (*саяси акторлар да*) аудиторияның басымдықтарын қалыптастырып, оның іс-қимылын реттеуді мақсат етеді. Бұқаралық коммуникация социумның ішкі қарым-қатынастарының ынтымақтаса дамуын көздейді. Ал, социум өз кезегінде коммуникаторға ықпал жасай алады. Коммуникатор серіктестеріне, басқа адамдарға әсер ете алатын танымал тұлға ретінде өзінің үлгісімен, сөзімен, интонациясымен адамдардан қажетті іс-әрекеттерді, жауаптарды ала алады. Коммуникатор байланыс жасауға нақты мақсаттарын айқындап алып, дайындалып барып қана кіріседі. Коммуникатордың қызметінде ескерілетін әлеуметтік қарым-қатынастар кешенді фактор түрінде индивидтерді функционалды алаңға жұмылдырып тұрақтылыққа, дамуға мүмкіндік туғызады. Сол қатынастар қоғамдық институттардың, акторлардың, әлеуметтік топтар мен мемлекеттік органдардың алуан түрлі коммуникативтік байланыстарына негіз болады (Sztompka, 2014; Қалиев, 2010).

Ақпараттық қоғам қалыптаса бастағанда саяси және көпшілік салалар туралы дәстүрлі түсініктер өзгереді, БҚК қоғамдағы саяси субъектілердің басты құралы болып бекиді. Осындай жағдайда дамыған телекоммуникациялық жүйелер жаңа бұқаралық коммуникация түрлерін өмірге алып келеді, мемлекеттік жүйенің

платформасындағы бұқарамен байланыс формаларын жетілдіреді. Осылайша медиа жүйелердің әлеуметтік, экономикалық салалардағы функцияларында жаңа технологиялық шешімдерді көреміз. Әсіресе, бұндай технологиялық шешімдер ақпараттық, әлеуметтендіру, біріктіру, қалпына келтіру мен ойын-сауық, кері байланыс функцияларында жақсы көрініс табады.

Қазақ елінің медиа кеңістіктегі негізгі мейнстрим қандай мазмұнда көрініс беруде? Қоғамдағы басты талқылауға түскен сұрақтар, біріктіретін, тұрақтылықты бұзатын, шиеленісті өршітетін мәселелердің баршасы қалай басталып, қалай дамитынын көптеген мысалдардан байқауға болады. Ел мен тіл, жер, жастардың тәрбиесі, дәстүрдің сақталуы, ұлттың болашағы сияқты тағдырлы мәселелер қазақтілді аудитория тарапынан жоғары екпінмен талқыланады. Орыстілді аудиторияның таңдайтын тақырыптары, оларды мазалайтын, қызығушылығын туғызатын мәселелер тізімі мүлдем басқа. Олардан қала адамдарының проблемаларын көреміз, күнделікті сенсация, орыстілді ортаның жағдайы мен тұрмыстық, экономикалық өмірін, қазақ аудиториясын менсінбеу нышандарын табамыз. Осылайша, цифрлық ортадағы әлеуметтік-саяси коммуникацияның түрлену көріністерін анықтап, бұл процестерге жұмылдырылған топтардың портретін жасауға болады.

Жаңа медиа ортаның тағы бір ерекшелігі – бұқаралық коммуникация құралдары саяси акторлардан тыс, қоғамдық пікір жасайтын, билікке қысым көрсетуге қабілетті дербес актор болуға да лайық. БҚК билік саласымен қабаттаса отырып қызмет істегенімен қажетті деңгейде тәуелсіз болуға деген бейімін де дамыта алады. Өйткені, олар түрлі процестердің ажырамас компоненті формасында әлеуметтік тұрақтылықтың белсенді элементтер жүйесін, бұқара халықтың іс-әрекетін әлеуметтік бақылау механизмін құрайды.

XXI ғасырмен өріле басталған ғылыми технологиялық ралли ғаламдық медиакратия үрдістерін жаңа арнаға бұрып жіберді. Геосаясаттан бастап, мемлекетаралық, аймақтық саяси процестер, халықаралық қаржы-экономикалық кеңістік медианың араласуынсыз дами алмайтынын дәлелдеуде.

Медиа құралдар саяси биліктің заңдылығына кепілдік беріп, саяси процестерге бұқара халықты жақындатып, шешім қабылдау режимін ақпараттық ашық кеңістікке ығыстырып шығарды. Билік осындай ашық қадамдарға баруға мәжбүр. Өйткені, коммуникациялық құрал-

дардың жұмыс істеу қағидалары, миллиондаған аудиторияға бір мезетте ықпал ету, оларды топтастыру мүмкіндіктері биліктен де, қоғамның әрбір мүшесінен де ашықтықты, әділет пен шындықты талап етеді. Билік үшін күресте, саяси-әлеуметтік шынайылық үшін күресте аудиторияның сеніміне ие болып, аудиторияға ұнау да БКҚ-ның маңызын өсірді, функцияларын трансформациялады. Ақпараттандыру мен жеке тұлғаның әлеуметтік жүйеге кірігуі, сол ортаның нормаларын, құндылықтарын, ережелерін қабылдап мойындауы, бір сөзбен айтқанда, әлеуметтендіру функцияларын іске асыру үшін асқан дәлдікпен жүргізілетін санаға әсер ету, бұрмалау технологияларына деген сұранысты күшейтуде (Ибраев, 2008; Asadullina, 2009; Adali and et.; 2010).

Бұл жерде Қазақ еліне қатысты отандық телевизиядағы рекреациялық, яғни, қалпына келтіру мен ойын-сауық мазмұнындағы телеөнімдер арқылы жастарды әлеуметтендіру мәселесін түрлі технологиялармен шешуге болатынын айта кеткен жөн. Еліміздегі ақпараттық саясатқа қатысты айтылатын болжамдарда саяси-әлеуметтік саланың медиатизациясына көңіл бөлінуі тиіс.

Бұқара халықтың санасына әсер етуде коммуникация мүмкіндіктерін қолдану жыл сайын жаңарып, жетіліп отырады. Мүмкіндіктердің түрленуін коммуникацияның ғылыми-теориялық негіздеріне сүйеніп жасауға болады. Бұл жерде теориялық аппараттың анықтамалық базасын қалыптандыруда терминологияның дұрыс қолданылуына да назар аударған жөн. Ғылыми айналымда «бұқаралық коммуникация құралдары» және «бұқаралық ақпарат құралдары» деген тіркестер жиі қолданылады. Қазақ тіліндегі ғылыми еңбектерде, мерзімді баспасөзде, интернет ресурстарда «бұқаралық ақпарат құралдары» термині көп кездеседі.

Халықаралық ғылыми жарияланымдарда, шетелдік ғалымдардың еңбектерінде қазіргі процестерді сипаттайтын дұрыс тіркес бұқаралық коммуникация құралдары деп айтылады. Енді осы 2 ұғымның анықтамалық мазмұнына назар салайық.

КСРО-ның Министрлер Кеңесінде Телевизия мен радиотарату Мемлекеттік комитеті 1931-1991 жылдары жұмыс істеді. Алғашында радиотарату, радио ақпарат, 1957 жылы Радиотарату мен телевизия Комитеті, 1978 жылдан Телевизия мен радиотарату Мемлекеттік комитеті деп аталды. Дәл сондай құрылымдар Қазақ Кеңестік Социалистік Республикасы Министрлер Кеңесінің жанында да жұмыс істеді.

1991 жылы 31 тамыздағы Қазақстан Президентінің №413 Жарлығымен Қазақ КСР Баспа ісі және бұқаралық ақпарат министрлігі құрылып, ол Қазақстан Президентінің 1995 жылы 20 желтоқсандағы №2698 Жарлығымен министрлік мәртебесі Ұлттық агенттік болып өзгертілді. Ұлттық агенттік 1997 жылдың қазанында Ақпарат және қоғамдық келісім министрлігі болса, мәдениет саласы осы орталық органның құзыретіне берілген соң 1999 жылдың қаңтарынан министрлік Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігі болып қайта құрылды. Содан бері ақпарат, ақпараттық саясат мәселелері бірнеше министрліктің (*атауында ақпарат сөзі бар*) құрамында болып, 2016 жылдан Ақпарат және коммуникация министрлігіне берілді. Ал, министрліктің коммуникация атауы байланыс пен ақпараттандыруға қатысты қойылған.

Тәуелсіз еліміздің тарихында 2004-2014 жылдар аралығында Көлік және коммуникация министрлігі болғаны белгілі. Оның құзыретінде көлік саясатынан басқа коммуникациялық кешен мәселелері деп жазылған. Сол кезеңдерде Қазақ елінің жағдайында коммуникация тек байланыс жүйелеріне (*пошта, телеграф, телефон байланысы*) қатысты ғана айтылатын.

26 баптан ғана тұратын ақпарат саласы мен мемлекеттің ақпарат саясатын реттейтін алғашқы заң 1999 жылғы 23 шілдеде №451 қабылданды. Заң қабылданғаннан бергі 19 жылда Қазақ Үкіметі бұл заңды 37 рет Парламентке ұсынып, оған заң нормаларын толықтыратын, нақтылайтын 10 бап қосылып, 130 өзгеріс енгізілген екен. Бүгінде 36 баптан тұратын Бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңы заман мен қоғамның даму эволюциясын көрсететін жылнамасы сияқты (Есенбекова, 2019).

Аталған заңдағы негізгі ұғымдар қатарына енгізілген бұқаралық ақпарат пен бұқаралық ақпарат құралдарына мынандай анықтама берілген:

– бұқаралық ақпарат – тұлғалардың шектеусіз топтарына арналған баспа, дыбыс-бейне және өзге де хабарлар мен материалдар;

– бұқаралық ақпарат құралы – мерзімді баспасөз басылымы, теле-, радиоарна, киноқұжаттама, дыбыс-бейне жазбасы және интернет-ресурстарды қоса алғанда, бұқаралық ақпаратты мерзімді немесе үздіксіз бұқаралық таратудың басқа да нысаны.

Бұл заңда коммуникация, бұқаралық коммуникация деген сөзді немесе сөз тіркесін кездестірмейміз. Бұл нені аңғартады? Бірінші-

ден, бұқаралық ақпарат құралдары деп жаңа цифрлық дәуірдің ерекше табиғатын ескермеген заңның ақпараттық, идеологиялық ауқымының тарылғанын көрсетеді. Екіншіден, Қазақ ұлтының әлемдік ақпарат кеңістігіндегі мүддесін қорғауға қабілетті, ғаламдық ақпарат кеңістігіндегі түпкілікті өзгерістерді ескеретін, ақпараттық коммуникациялардың адам, қоғам, мемлекеттің өзара қарым-қатынасын әділетті реттейтін, бұқаралық коммуникацияның табиғаты мен трансформациясын сипаттайтын жаңа заңның қажеттігін дәлелдейді.

Цифрлық дәуірдің жылдам өзгерістерін айшықтайтын бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) мен бұқаралық коммуникация құралдарына (БКҚ) берілген анықтамалар уақыт талаптарына сай толықтырылып келеді. Көпшілік ғалымдар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары деп мерзімді баспасөзді, телевизия мен радионы, киноқұжаттама, дыбыс-бейне жазбасы және интернет-ресурстарды анықтайды. Ал, бұқаралық коммуникация құралдарына баспа, радио мен телевизиядан басқа бүгінгі цифрлық коммуникация құралдарын, кинематография, театр, жарнамалық сурет пен графика, видео және аудио формадағы ақпараттар, кітаптар және басқа да бұқаралық санаға ықпал ететін құралдарды жатқызамыз.

БАҚ термині қазақтың ақпараттық кеңістігіне қайдан келді деген сұраққа шағын тарихи шегініс жасап барып жауап беруге болады. «Бұқаралық коммуникация» ұғымының алғаш 1920 жылдары АҚШ-та пайда болғанын білеміз. Коммуникацияның ғылыми негіздерін, болашағын анықтағанда америкалық ғалымдар коммуникацияның байланыс және екі жақты қарым-қатынас сияқты табиғатын дұрыс болжаған. Бұқара қауымның сұранысын нарықтық категориялармен өлшейтін батыс қоғамы үшін медианың бұқараға әсер ету қабілеті маңыздырақ болды.

Кеңес елінде бұқаралық ақпарат құралдары термині ресми деңгейде қолданылды. 1970 жылдары Мәскеу мемлекеттік университетінің Журналистика факультеті Кеңестер Одағы Коммунистік партиясының Орталық Комитетіне жолдаған жазбасында «бұқаралық ақпарат құралдары» тіркесін қолданады. Сол кезеңде Франция мен бірқатар еуропалық елдерде «бұқаралық

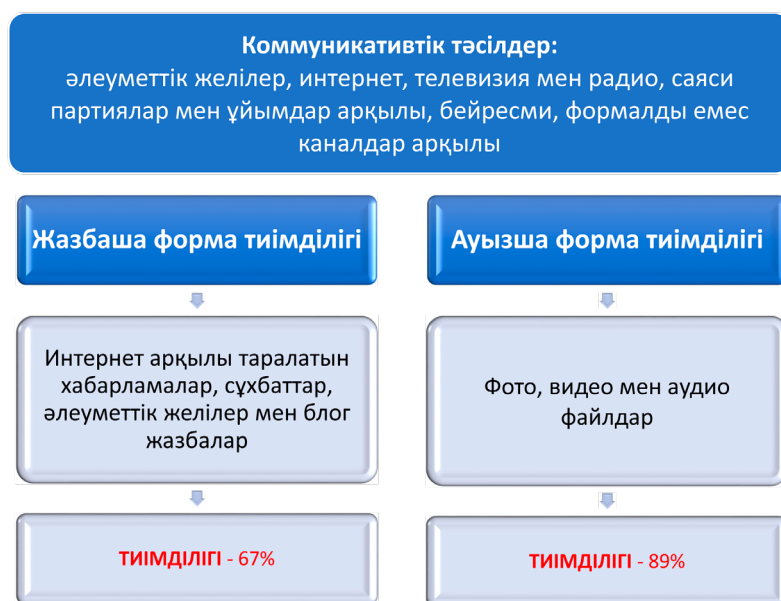
ақпарат құралдары» деген термин көпшілік айналымда жүрген. Журналистика факультеті еуропалық дәстүрге сүйеніп коммунистік партия басшылығына берген жазбасында «бұқаралық ақпарат құралдары» ұғымын енгізіп жіберген. Бір қызығы, бұдан бірнеше жылдан кейін еуропалық ғалымдар «бұқаралық ақпарат құралдары» ұғымы ауқымының шектеулі екенін ескеріп, америкалықтардай бұқаралық коммуникация құралдарына көшіп кетеді. Ал, Кеңестер Одағында «ақпарат құралдары» термині ұзақ жылдарға орнығып қалады. Кеңестік ресми құжаттардың ықпалымен Қазақстанға да осы тіркес сіңіп қалған. Қазақ елінің бүгінгі билігі де сол ізбен келеді.

Жоғарыда келтірілген қысқаша тарихи ретроспективаны жан-жақты зерделей келе бүгінгі дәуірдің дидагына, мазмұнына сай келетін БКҚ ұғымының дұрыстығын батыл тұжырымдай аламыз. Бірнеше жылда Қазақ елінің қоғамы да, ғылыми қауымы да осы объективті аргументтердің негізінде бұқаралық коммуникация құралдары (БКҚ) терминіне көшеді деген сенім бар.

2020 жылдың желтоқсанында Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-де журналистика мамандығы бойынша білім алушылардың көмегімен әлеуметтік және саяси коммуникацияның цифрлық ортадағы ерекшеліктерін талдауға арналған сараптамалық сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 56 адам қатысқан, барлығы жоғары білімді. 31 адам – білім алушы, 20 – әртүрлі салада жұмыс істейді, 5 – зейнеткер. Респонденттер 23-70 жас аралығында, 58% – әйел, 42% – ер.

Сауалнамаға қатысқандарға автор мынандай сұрақтарға жауап беруін өтінген: Бірінші сұрақ. Қандай коммуникативтік тәсілдер интернет аудиториясының әлеуметтік белсенділігін күшейтеді? Екінші сұрақ. Қазақ Еліндегі әлеуметтік және саяси процестердің жандануына әсер ететін факторларды атаңыз? Үшінші сұрақ. Қазақ Еліндегі әлеуметтік және саяси процестердің жандануына әсер ететін факторларды атаңыз? Сұрақтарға жауаптардың бірнеше нұсқалары ұсынылды.

Зерттеу нәтижелері бойынша респонденттер аудиторияға, азаматтарға ауызша коммуникативтік формалар күшті әсер ететінін атаған.



1-диаграмма. Интернет аудиторияның белсенділігін күшейтетін коммуникативтік тәсілдер

Сауалнамаға қатысушылардың басым көпшілігі WhatsApp, Telegram әлеуметтік желілер арқылы таралатын фото, видео, аудио контентті ең тиімді форма деп бағалаған. Бүгінде интернет пен электронды медианың ықпалы күшейгені атап өтілген. Сондықтан да, қоғамдағы саяси күштер өздерінің аудиториясы мен жақтастарын көбейтуде оларды белсенді қолдануда.

Екінші сұраққа берілген жауаптарды талдау барысында сауалнама қатысушылар қоғамдық сананың өсуіне 2020 жылы әсер еткен факторлар деп резонанс, көпшіліктің наразылығын тудырған оқиғаларды, саяси биліктің шешімдеріне қарсылық білдіруді, әлемдегі оқиғалардың Қазақстанның ішкі процестеріне ықпалын атаған.



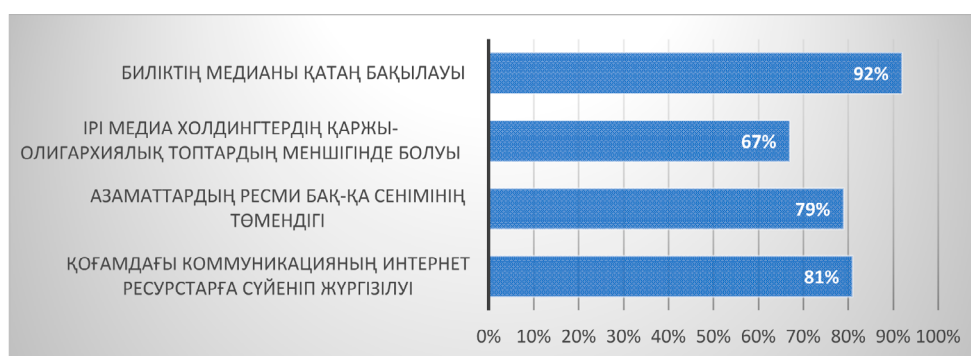
2-диаграмма. Елдегі әлеуметтік және саяси процестерге әсер ететін факторлар

Сауалнамаға қатысқандардың 50%-дан астамы Қордай дүнгендеріне қатысты оқиғаларды (2020, ақпан), пандемияға байланысты елде

2 рет жарияланған карантинді (2020, наурыз бен шілдеде), Алматыдағы билікке қарсы митингтер (6-маусым, 2020) мен Мәжіліс сайлау

уы қарсаңындағы наразылықтарды (желтоқсан, 2020) тізімнің басына шығарған. Халықаралық оқиғалардың ықпалы мен оларға баға бергенде коронавируспен күрес, әлем елдеріндегі карантин, Минскідегі билікке қарсылық, Өзірбайжан мен Армения арасындағы соғыс, АҚШ президентінің сайлауы жиірек көрсетілген.

Қазақстандағы саяси коммуникация саласының қоғамның дамуындағы рөлі мен маңызын, ерекшеліктерін атаған респонденттер медиа құрылымдардың меншік нысанына көңіл бөлген. Азаматтардың интернет ресурстарын көп қолданатынын, мемлекеттік БАҚ-қа деген сенімінің төмендеп жатқанын атаған.



3-диаграмма. Қазақ Еліндегі саяси коммуникацияның ерекшеліктері

Осылайша, медиа құралдар мен құрылымдарды меншік нысанына қарамай қатаң бақылауда ұстайтын биліктің іс-әрекеті әлеуметтік желілерде қатаң сыналуының себебін осыдан іздеген дұрыс деп ойлаймыз. Отандық ірі медиа холдингтер қаржы-олигархиялық топтардың меншігінде болуы, еркін пікір алмасулардың әлеуметтік желілерге ауысуы да мемлекеттік ақпарат саясатына өзгерістер қажеттігін, қоғам мен билік арасындағы сенім категориясына сыни көзбен қарайтын уақыт келгенін дәлелдейді.

Сауалнама нәтижелерін талдау барысында автор мынандай тұжырымдар жасайды. Біріншіден, елімізде болып жатқан саяси және әлеуметтік процестердің қоғамның дамуына ықпалын күшейтетін фактор екені анықталды. Екіншіден, жаңа коммуникативтік тәсілдердің көмегімен азаматтар мен әртүрлі әлеуметтік топтардың белсенділігін өсіруге болатыны, билікпен қарым-қатынас сапасы өсетіні дәлелденді. Үшіншіден, сауалнамаға қатысушылар Қазақ Еліндегі саяси коммуникация формалары мемлекеттің ішкі тұрақтылығын бекітуге, сыртқы сын-қатерлерге қоғамды жұмылдыра алатын әлеуеті мол екенін атауға болады.

Қорытынды бөлім және нәтижелер

Болашақта қазақ қоғамын жаңғыртудың маңызды аспектісі – ұлттық мүдде платформасына негізделген медиаларды дамыту екенін естен шығармаған абзал. Жақын перспектива-

да саяси салада медиатизацияның орын алуы – билікті заңды деп танып мойындаудың, қоғамды мойындатудың дәстүрлі қолданылатын тәсілдерін жоққа шығарып құнсыздандырады. Өзінің беделін жоғалтудан қорыққан саяси билік медиа ресурстарды бақылаудың түрлі формаларына жүгінуге мәжбүр. Тәуелсіз коммуникация құралдарының қожайындарына қысым көрсету, меншік иелерін өзгерту, қаржылай ынталандыру, журналистерді әлеуметтік қолдау формаларын ұсыну (*байқаулар өткізу, гранттар, сыйлықтар беру, мемлекеттік тапсырыстар және т.б.*) арқылы ақпараттық кеңістікте өз ықпалын сақтауға ұмтылады.

Алайда, Интернет ресурстардағы ашық ақпарат көздерінің көбеюі, ақпараттық коммуникациялық және технологиялық мүмкіндіктердің, халықтың жалпы білімі мен медиа сауатының өсуі бұндай әрекеттердің тиімділігін жыл сайын төмендетуде. Бұрынғы қолданылып келген дәстүрлі формалар тиімділігін жойып, жылдам ескіруде. Аудиторияны бақылауда ұстаудың жаңа психологиялық, технологиялық тәсілдері табылғанымен бүгінгі қоғам шынайы объективті ақпаратты жалған, бұрмаланған мәліметтерден ажыратып алуға қабілетті. Өйткені, аудиторияның көпшілігі бірнеше ақпарат ресурстарын салыстырып, талдап, ішінен шындыққа жақын, объективті ақпаратты қабылдайды. Әрине, сананы бұрмалау арқылы жалған ақпарат таратып қоғамды қысқа мерзімге сендіруге болар. Бірақ, ақиқат анықталған соң жалған ақпарат

таратқан ресурсқа деген сенім жоғалады, олардың қызметіндегі барлық артықшылық аз ғана уақыт ішінде жойылады. Сөйтіп, қысқа перспективаға есептелген тактика жалған ақпарат таратқан ресурстың жабылуына апарады. Сондықтан да, қазіргі барлық медиа құралдар өз аудиториясының сенімінен шығуды, құрметіне ие болуды үлкен құндылық деп бағалайды.

Ең беделді саналатын ВВС телевизия мен радиотарату холдингінің журналистерінің құндылықтары біздің осы тұжырымымызды толық дәлелдейді. ВВС журналистері ұстанатын фундаменталды құндылықтардың қысқаша тізімі мынандай: ақиқат және нақтылық; әділдік және бейтараптық; тәуелсіздік; қоғамдық мүддеге жұмыс істеу; аудиторияның алдында жауапты болу, есеп беру.

Жаңа медиалар жүйесінің құрылымдық және мәдени ерекшеліктерін қолдануда ақпаратты таратудың іріктеу әдісіне, негативті мазмұндағы контентке басымдық беру, медианы күмәнді әрекеттерде қолдану қысқа перспективада ғана нәтижелі болуы мүмкін. Бұндай тәсілдерді қолданған биліктің беделі қатты төмендеп, оның заңды деп танылуы қиындайды. Ғылыми қауымдастық демократиялық қағидалардың орнын медиакратиямен алмастыру тен-

денцияларының күшеюін цифрлық дәуір тудырған проблемаларының қатарында атап жүр. Бұның көріністері Қазақ елінің бұқаралық медиа кеңістігінде де байқалып қалады. Келеңсіз тенденциялардың алдын алуда бұқараның биік танымдық деңгейін, білім дәрежесін, қоғамдық ой-сананың кең өрісін басты факторлар деп тани аламыз.

Ғаламдық тенденциялардың ықпалымен түрленген саяси модернизация әлеуметтік-саяси коммуникацияның орны мен құзыреттерін өзгертуде. Әлеуметтік коммуникация саяси процестердің қасиеттерін түрлендіріп, жүйенің элементтеріне және ақпаратты жеткізу процестеріне ықпалын күшейтуде. Бұл өзгерістердің әсерімен өздерінің саяси рөлдері мен функцияларын орындауға ынталанған акторлардың әлеуметтік қатынастары нәтижелі болуда. Автордың жүргізген сараптамалық сауалнама нәтижелері көрсеткендей, нәтижелі әлеуметтік коммуникация – саяси жүйенің функционалды тиімділігін және ілгері дамуын анықтайтын арқалы фактор болып орнығуда деген қорытынды тұжырым жасай аламыз.

Алғыс білдіру. Зерттеуді Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің Ғылым комитеті қаржыландырады (грант №AP09260945).

References

- Adali S., Escrivá R., Goldberg M. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. IX International Conference on Intelligence and Security Informatics, Vancouver (Canada), 23-26 May 2010. – PP.150-152.
- Asadullina, S. H. (2009). Theory and practice of permission of the virtual conflict: Practice-oriented monograph / Nestor Publ., St. Petersburg. – 327 p. (In Russian)
- Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание. – Алматы: Экономика, 2006. – 302 с.
- Дорбетханұлы Т. Партиялық саяси имиджі қалыптастырудағы коммуникациялық байланыстың рөлі // «Саясат» журналы, №2, 2003. – 62-64 бб.
- Giddens A. The Consequences of Modernity. – Moscow: Praksis, 2011. – 352 p.
- Castells M. Power of communication: a manual. – Moscow: Izdatel'stvo Vysshey shkoly ekonomiki, 2016. – 564 p.
- Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital // Obshchestvennye nauki i sovremennost, no.3 2001. – PP.121-139.
- Ибраев А.Ж. Основные направления политики реализации связей с общественностью (на примере НДП «Нур Отан»): автореф. ...канд. политических наук: 23.00.02. – Алматы, 2008. – 24 с.
- Калиев Н. Қазақстан Парламентаризмі: саяси талдау. – Алматы: «Қазақстан» баспасы, 2003. – 272 б.
- Nair B., Jananova S., Serikbayeva B. (2019). A Primer on Policy Communication in Kazakhstan, https://doi.org/10.1007/978-981-15-0610-9_1
- Lasarsfeld P. Personal influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications / N.Y., 1971. – P.254.
- Mc Lean I. Economics and Politics. Companion to Contemporary Economic Thought / London New York: Routhledge.1991. – P.846.
- Miller D. Artefacts and the meaning of things, Companion encyclopedia of anthropology / London, New York: Routledge, 1994. – PP.396-420.
- Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования / пер. с англ., предисл. А.К. Соколова. – М.: Издательство «Весь Мир», 1997. – 544 с.
- Сабитов Р.А. Политический анализ теории коммуникативного процесса Г. Лассуэлла и его роль в формировании информационной политики. – Краснодар: Кубанский гос. техн. ун-т, 1999. – 233 с.
- Санстебан Л.С. Основы политической науки. – М.: Наука, 1992. – 102 с.
- Seligmen A. The Problem of Trust. – Moscow: Ideya-Press, 2002. – 256 p.

- Strauss A., Corbin J. Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory / Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2012. – 312 p.
- Sztompka P. Society in action: the theory of social becoming / Cambridge: Polity Press, 2014. – 219 p.
- Thomas, T. C., Price, L. L., & Schau, H. J. (2014). When differences unite: Resource dependence in heterogeneous consumption communities // *Journal of Consumer Research*, 39(5). – PP.1010-1033.
- Yessenbekova U.M. (2019). Transformation of human and society in the digital age (media-psychological aspect). Scientific monograph / Approved by the Academic Council of L.N.Gumilyov ENU, Printing house of L.N.Gumilyov ENU. – Astana. – 2019. – P.226. [in Kazakhstan]
- Fukuyama F. Trust: Social virtue and path to prosperity. – Moscow: ACT-Ermak, 2004. – 730 p.
- Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Научное издание. – СПб.: Питер, 2000. – 380 с

References

- Adali S., Escrivá R., Goldberg M. (2010). Measuring behavioral trust in social networks. IX International Conference on Intelligence and Security Informatics, Vancouver (Canada), 23-26 May 2010. – pp.150-152.
- Asadullina, S. H. (2009). Theory and practice of permission of the virtual conflict: Practice-oriented monograph / Nestor Publ., St. Petersburg. – 327 p. (In Russian)ю
- Akhatova B.A. Politicheskij diskurs i yazykovoye soznaniye / [Political discourse and language consciousness] Almaty: Ekonomika. 2006. – 302 s.
- Dorbetkhanuly T. Partiyalyk sayasi imidzhdi qalyptastyrudagy kommunikatsiyalyk baylanystyng roli // «Sayasat» zhurnaly. №2. 2003. – 62-64 bb.
- Nair B., Janenova S., Serikbayeva B., (2019). A Primer on Policy Communication in Kazakhstan, https://doi.org/10.1007/978-981-15-0610-9_1
- Castells M. Power of communication: a manual / Moscow: Izdatel'stvo Vysshey shkoly ekonomiki, 2016. – 564 p.
- Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital // *Obshchestvennye nauki i sovremennost*, no.3 2001. – pp.121-139.
- Ibrayev A.Zh. Osnovnyye napravleniya politiki realizatsii svyazey s obshchestvennostyu (na primere NDP «Nur Otan»): avtoref. ...kand. politicheskikh nauk: 23.00.02. – Almaty. 2008. – 24 s.
- Kaliyev H. Kazakstan Parlamentarizmi: sayasi taldaу / Almaty: «Kazakstan» baspasy. 2003. – 272 b.
- Giddens A. The Consequences of Modernity / Moscow: Praksis, 2011. – 352 p.
- Lasarsfeld P. Personal influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications / N.Y., 1971. – p.254.
- Mc Lean I. Economics and Politics. Companion to Contemporary Economic Thought / London New York: Routhledge.1991. – p.846.
- Miller D. Artefacts and the meaning of things, Companion encyclopedia of anthropology / London, New York: Routledge, 1994. – pp.396-420.
- Seligmen A. The Problem of Trust / Moscow: Ideya-Press, 2002. – 256 p.
- Strauss A., Corbin J. Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory / Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2012. – 312 p.
- Sztompka P. Society in action: the theory of social becoming / Cambridge: Polity Press, 2014. – 219 p.
- Thomas, T. C., Price, L. L., & Schau, H. J. (2014). When differences unite: Resource dependence in heterogeneous consumption communities // *Journal of Consumer Research*, 39(5). – pp.1010-1033.
- Yessenbekova U.M., (2019). Transformation of human and society in the digital age (media-psychological aspect). Scientific monograph / Approved by the Academic Council of L.N.Gumilyov ENU, Printing house of L.N.Gumilyov ENU. – Astana. – 2019. – p.226. [in Kazakhstan]
- Mangejm Dzh. B., Rich R.K. Politologiya. Metody issledovaniya [Political science. Research methods] / per. s angl., predisl. A.K.Sokolova. – M.: Izdatelstvo «Ves Mir», 1997. – 544 p.
- Sabitov P.A. Politicheskij analiz teorii kommunikativnogo processa G.Lassuella i ego rol v formirovanii informacionnoj politiki [Political analysis of the theory of the communicative process of G. Lasswell and its role in the formation of information policy] / Krasnodar: Kubanskij gos. tehn. un-t, 1999. – 233 p.
- Sansteban L.S. Osnovy politicheskoy nauki [Fundamentals of Political Science] / M.: Nauka, 1992. – 102 p.
- Fukuyama F. Trust: Social virtue and path to prosperity / Moscow: ACT-Ermak, 2004. – 730 p.
- Habermas Yu. Moralnoe soznanie i kommunikativnoe dejstvie [Moral consciousness and communicative action] / Nauchnoe izdanie. S-Pb.: Piter, 2000. – 380 p.

М.О. Саидова

Узбекский государственный университет мировых языков, Узбекистан, г. Ташкент,
e-mail: saidovajournalist@gmail.com

VR-КОНТЕНТ КАК ФЕНОМЕН ТРАНСФОРМАЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Применение VR-технологий в современном цифровом медиапроизводстве является актуальным и не до конца изученным феноменом теории мировой журналистики. В данной статье рассматриваются понятия и модели использования медиаконцептов «виртуальная реальность», «видео 360 градусов», «графическая визуализация» в современных медиа.

Зарубежные и отечественные исследователи не раз указывали на необходимость системных фундаментальных исследований виртуального инструментария для разработки новых медиапредставлений и приложений. Поскольку в Узбекистане отсутствуют фундаментальные теоретические разработки и практическое применение VR-контента, данное исследование является актуальным и востребованным. Основываясь на результатах исследований и практических экспериментов зарубежных ученых, автор приходит к пониманию эффективности использования данных технологий не только в таких областях, как архитектура, промышленность, но и образовательная деятельность. VR-технологии, по мнению автора, способны значительно повысить маркетинговую активность вузов Узбекистана. В сфере журналистики изучение новых проявлений феноменальных визуализаций, как, например, иммерсивные технологии, возможности и перспективы VR-технологий, также является актуальным и перспективным направлением.

Цель статьи – исследование форм и методов применения виртуальных технологий в журналистике, описание важности VR-технологий как одной из медиаплатформ цифровых СМИ. Автор также изучает трансформацию традиционной журналистики в связи с внедрением нового технологического формата – иммерсивности при подготовке журналистского материала.

Методология исследования включает теоретический и сопоставительный анализ изучения технологий виртуальной реальности по данным отечественных и зарубежных медиаэкспертов, анализ опыта мировых университетов и медиаорганизаций.

Автор полагает, что теоретическое осмысление и практическое применение в медиа феномена VR-технологий обладают высокой актуальностью для медиапространства Узбекистана. Результаты проведенного исследования позволят внести определенный вклад в развитие цифровых технологий медиасферы страны. Практическое значение итогов данной научной работы состоит в анализе нового формата визуализации – иммерсивности, которая сопровождается созданием программ со своим звуковым и видеорядом в формате 360 градусов. Это заставляет пользователя глубоко «погружаться» в событие.

Ключевые слова: исследования, виртуальная реальность, иммерсивная журналистика, трансформация журналистики, Узбекистан.

М.О. Saidova

Uzbek State University of World Languages, Uzbekistan, Tashkent,
e-mail: saidovajournalist@gmail.com

VR content as a phenomenon of journalism transformation

The use of VR technologies in modern digital media production is a relevant and, at the same time, not fully studied phenomenon in the theory of world journalism. This article examines the phenomenon as “virtual reality, 360-degree video, graphic visualization and their use in media production.”

According to the author, many researchers point to the need for modern theoretical research to develop new media representations in a virtual environment. Since there are no theoretical studies and practical application of VR content in this direction in Uzbekistan, this study is based on scientific analyzes and practical experiments of foreign media experts. In particular, the author points to the effectiveness of the use of modern technologies in such areas as architecture, industry, manufacturing, and increases the marketing activity of universities in Uzbekistan. In the field of journalism, the study of new manifestations of phenomenal visualizations, for example, immersive technologies, as the possibilities and prospects of VR technologies, according to the author of the article, remains an urgent issue.

The purpose of the article is to provide practitioners and theorists of journalism with an understanding of the importance of VR technologies as one of the digital media platforms. And also about the changes in traditional journalism in connection with the introduction of new technologies.

The relevance of the topic lies in the study from a scientific point of view of the new technological format as immersiveness in the preparation of journalistic material.

The research methodology includes theoretical and comparative analysis of the study of virtual reality technologies based on the research of domestic and foreign media experts, analysis of the experience of universities and media organizations.

The author believes that the phenomenon of VR technologies involves theoretical comprehension and practical application in the media space of Uzbekistan.

The results of the study will make it possible to make a certain contribution to the development of digital technologies in the country's media sphere. The practical significance of the results of this scientific work lies in the analysis of a new visualization format as immersiveness, which is accompanied by the creation of programs with their own audio and video sequences in 360 degrees. This forces the user to dive deeply into the event.

Key words: research, virtual reality, immersive journalism, transformation of journalism, Uzbekistan.

М.О. Саидова

Ўзбек мемлекеттік әлем тілдері университеті, Өзбекстан, Ташкент қ.,
e-mail: saidovajournalist@gmail.com

VR-мазмұны журналистиканы трансформациялау құбылысы ретінде

VR технологияларын заманауи цифрлық медиа өндірісінде қолдану – бұл әлемдік журналистика теориясындағы өзекті және сонымен бірге толық түсінілмеген құбылыс. Бұл мақалада құбылыс «виртуалды шындық, 360 градусық видео, графикалық визуализация және оларды медиа өндірісінде қолдану» ретінде қарастырылады.

Автордың пікірінше, көптеген зерттеушілер виртуалды ортада жаңа медиа-презентацияларды дамыту үшін заманауи теориялық зерттеулердің қажеттілігін көрсетеді. Өзбекстанда бұл бағытта VR мазмұнының теориялық зерттеулері мен практикалық қолданылуы жоқ болғандықтан, бұл зерттеу шетелдік медиа сарапшылардың ғылыми талдаулары мен практикалық тәжірибелеріне негізделген. Атап айтқанда, автор сәулет, өнеркәсіп, өндіріс сияқты салаларда заманауи технологияларды қолданудың тиімділігіне назар аударады және Өзбекстандағы университеттердің маркетингтік белсенділігін арттырады. Журналистика саласында феноменальды визуализацияның жаңа көріністерін, мысалы, иммерсивті технологияларды зерттеу, VR технологиясының мүмкіндіктері мен болашағы ретінде, мақала авторының пікірінше, өзекті мәселе болып қала береді.

Мақаланың мақсаты – журналистика практиктері мен теоретиктеріне сандық медиа платформалардың бірі ретінде VR технологиясының маңыздылығы туралы түсінік беру.

Тақырыптың өзектілігі ғылыми тұрғыдан жаңа технологиялық форматты журналистік материалды дайындаудағы иммерсивтілік ретінде зерттеуде жатыр.

Зерттеу әдістемесіне отандық және шетелдік медиа-сарапшылардың зерттеулеріне негізделген университеттер мен медиа ұйымдардың тәжірибесін талдау негізінде виртуалды шындық технологияларын зерттеудің теориялық және салыстырмалы талдауы кіреді.

Автор VR технологиялары құбылысы Өзбекстанның медиа кеңістігінде теориялық түсіну мен практикалық қолдануды білдіреді деп санайды.

Зерттеу нәтижелері еліміздің медиа саласында цифрлық технологиялардың дамуына белгілі бір үлес қосуға мүмкіндік береді. Осы ғылыми жұмыс нәтижелерінің практикалық маңыздылығы иммерсивтілік ретінде жаңа көрнекі форматты талдауда жатыр, ол 360 градус деңгейінде өзіндік аудио және бейне тізбегі бар бағдарламаларды құрумен қатар жүреді. Бұл пайдаланушыны оқиғаға терең сүнгуге мәжбүр етеді.

Түйін сөздер: зерттеу, виртуалды шындық, иммерсивті журналистика, журналистиканың трансформациясы, Өзбекстан.

Введение

В настоящее время лидерство в индустрии цифровых медиа занимают технологии виртуальной реальности. Технологическая сфера этой отрасли обеспечивается эффектом «преувеличенной» виртуальной реальности.

Виртуальная реальность существует давно в игровой и развлекательной сферах. Но в журналистике появилась с 2012 года. Нонни Де ла Пенья – первая журналистка, использовавшая виртуальность в СМИ. С тех пор VR-технологии стали предметом обсуждения экспертов медиа как феномена нового формата визуализации.

В ходе работы мы заинтересовались научными исследованиями западных ученых, таких как: Balet, O., Subsol G., Torguet P. (2001), Galimberti C., Belloni C., Cantamesse M. (2006), Coffey, A.J. (2013), Kroker A. (1994), Маклюэн М. (2003), Newbold Chr., Boyd-Barrett O., Van den Bulck H. (2002), Nowak K.L., Biocca F. (2003), Hardee G.M. (2016), Schmitz Weiss A. (2009).

Другим важным источником стали исследования группы российских медиаэкспертов, как: Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева Н.А. (2017), Качкаева А. (2017), Смолин А.А., Жданов Д.Д. (2018), Самухина А.Х., Степина В.С., Севальникова А.Ю., Грязнова Е.В., древнего философа Василия Великого, а также исследователя в Центральной Азии Ибраевой Г.Ж. (2017). Кроме того, изучены практические, экспериментальные работы компаний, университетов, научных центров, а также, Министерства инновационного развития Республики Узбекистан (на примере “ТехноBus”, оснащенный VR-технологиями), которые разработали информационные продукты с эффектом погружения.

Цель статьи: предоставить знания теоретикам и практикам, в частности медиа Узбекистана, о термине «виртуальность», VR-технологиях, перспективах и проблемах цифровых медиатехнологий в журналистике. Также VR-технологии как объект исследования изучаются с точки зрения основы и развития иммерсивной журналистики. Предметом данного исследования является VR-контент в формате 360 градусов как феномен журналистики.

Методология исследования включает критико-сопоставительный анализ теоретических исследований моделей виртуальной реальности и применения иммерсивной журналистики в медиа-практике ведущих изданий, анализ опыта зарубежных университетов и медиаорганизаций. Ценность исследования – изучение траектории развития цифровых технологий медиасферы Узбекистана.

Практическое значение итогов данной научной работы привело к следующим выводам:

- объектом изучения трансформации журналистики является феномен нового формата визуализации;
- иммерсивность сопровождается созданием программ, которые имеют свой звуковой и видеоэффект съемки в формате 360 градусов;
- понятие «виртуальность» в теорию введено еще в древних философских трактатах;
- VR заставляет пользователя глубоко погружаться в событийность, созданную на виртуально-реалистичном формате;

– VR-контент становится ярким примером трансформации журналистики в совершенно новом направлении – иммерсивной журналистики.

Актуальность тематики данного исследования заключается в изучении с научной точки зрения нового технологического формата как иммерсивность при подготовке журналистского материала. Иммерсивность сопровождается созданием программ, которые имеют свой звуковой и видеоэффект съемки в формате 360 градусов. Это заставляет пользователя глубоко погружаться в событийность контента. Данный феноменальный эффект становится ярким примером трансформации журналистики в оригинальном направлении иммерсивной журналистики.

Материалы и методы

Понятие «виртуальность» от латинского «virtus» означает «потенциальный», «возможный», «доблесть», «энергия», «сила», «мнимый» и «воображаемый». Термином «виртуальность» могут быть обозначены совершенно разные явления.

Медиаэксперты определяют три основных подхода к понятию «виртуальность»:

- онтологическо-философский подход;
- физико-научный подход;
- компьютерно-технологический подход (Самухин А., 2014).

Онтологическо-философское понятие характеризует виртуальность как некоторое потенциальное состояние бытия. Предрасположенность к появлению некоторых событий или состояний, которые могут реализоваться при соответствующих условиях (Степина В., 2001). Согласно мнению Аристотеля, данная реальность не единственная, и ее конечности и воплощенности предшествуют «вариативность и потенциальность». Постановка вопроса в таком ракурсе рассматривалась в средневековой философии, где «насушная задача прояснить отношения и статус между миром Божественным – нетворным – и человеческим – сотворенным Богом», послужила новым толчком в разработке понятия «виртуальность». В натурфилософской работе «Беседы на шестоднев» Василий Великий говорил, что одна реальность может порождать другую реальность, и законы новой реальности могут быть не сводимы к законам первичной реальности.

Онтологическо-философский подход понятия «виртуальность» немаловажную роль сыграл в толкованиях о творении мира и его

актуальном существовании. По мнению медиаэксперта А.Ю. Севальникова, на основе описания понятия онтологическо-философского подхода к виртуальности разрабатывается физико-научный подход к понятию «виртуальность». Физико-научный вид понятия виртуальности как специальная теория относительности толковал об исследованиях новых объектов, попавших в поле зрения ученых в изучении субатомных частиц, которые поддавались описанию с помощью уже знакомых нам понятий. Как объекты современной физики виртуальные частицы в разработках физико-научного подхода имеют те же квантовые числа, что и реальные частицы (например, спин и электрический заряд), но для них не выполняется связь между энергией, массой и импульсом. Как утверждают ученые-физики, масса виртуального фотона не обязательно нулевая, а энергия не всегда положительная. Это тип теоретических объектов в современной квантовой теории поля, наделенных всем теми же характеристиками, что и реальные «физические» частицы, но не удовлетворяющие некоторым существенным условиям и ограничениям на эти характеристики (Самухин А., 2014). В целом можно сказать, что этот подход является актуальным и успешно развивается в узкой среде ученых-физиков. Как предполагал А.Ю. Севальников, частицы, по сути, существующие виртуально, «выступают на мгновение из потенциальности, полностью никогда не актуализируясь». На основе философских концепций бытия свойства виртуальных физических частиц всесторонне анализируются и сравниваются с концепциями других наук, в частности, гуманитарных. О виртуальных способностях и виртуальных психологических состояниях по аналогии со свойствами субатомных виртуальных частиц «заговорила» психология. Необходимо отметить, что эти понятия в определенной степени изменили свое значение в контексте новых научных идей.

В связи с развитием компьютерных технологий понятие «виртуальность» приобрело новый смысл: понятие виртуальности как явления получило название «виртуальная реальность». Термин «виртуальная реальность» в компьютерно-технологическом подходе был введен в 1984 году американским ученым Джероном Леньером. Он определил так следующий феномен: виртуальная реальность – это мир, созданный посредством компьютерных технологий для человека (Самухин А., 2014). Джерон Леньер – основатель фирмы VPL Research Corporation (Ка-

лифорния), которая является первой компанией по созданию систем виртуальной реальности и их основных атрибутов.

Научная методология

Теоретическая интерпретация иммерсивной журналистики стала предметом дебатов и дискуссий среди ученых медиaprостранства. Одним из эффектов погружения является применение технологий виртуального мира, то есть погружение в среду виртуальной жизни, искусственно созданной компьютерными технологиями. Технологии виртуализации имеют историю нескольких десятилетий и существует три вида реальности: Virtual Reality VR (виртуальная реальность), Augmented Reality AR (дополненная реальность) и Mixed Reality MR (смешанная реальность) (Смолин А., Жданов Д., 2018).

Virtual Reality (VR) – это вымышленное пространство для виртуального погружения. В данном случае пользователь входит в искусственную среду, используя специальные очки или шлем, которые обеспечивают возможность погружения в виртуальную реальность. Обычно это представляет собой набор VR-дисплеев в виде очков или шлемов, которые прикрепляются к голове с помощью специальных устройств (перчаток, трекеров) и устройств HMD.

Augmented Reality (AR) – дополненная реальность. AR-технологии без вспомогательных технических устройств (шлемов или специальных очков) дают возможность пользователю видеть искаженную реальность игрового пространства. Искусственная корректировка воспроизводится с помощью программ дополнительных надстроек и опций. Ярким примером AR-технологии является интернет-игра, выпущенная в 2016 году Pokemon Go, которая стала основоположником понятия дополненной реальности (Замков А., Крашенинникова М., Лукина М., Цынарева Н., 2017).

Mixed Reality (смешанная реальность). MR как аналог дополненной реальности совмещает возможности шлема VR и внешней видеокамеры. По мнению медиаэксперта М. Корнева, MR – это технология, которая имеет возможность создавать видеокартинки с наложением или добавлением виртуальных элементов. При этом эксперт приводит в пример метод создания интерьера космического корабля под воздействием дополнительного инструментария со стен реальной существующего помещения.

VR-контент в практических экспериментах

Поскольку в Узбекистане не проводится теоретических исследований и практического при-

менения VR-контента в данном направлении, наши исследования основываются на научных анализах и практических экспериментах зарубежных медиаэкспертов. Однако, данная тема соответствует Концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан-2030», в разделе которой «Развитие человеческого капитала и формирование цифровых навыков» рассматривается решение проблем трансформации образовательных моделей, гибкой системы подготовки кадров, обладающих новыми компетенциями для разработки и внедрения цифровых технологий. В частности, эффективность использования современных технологий в таких областях, как архитектура, промышленность, производство, повышает маркетинговую активность вузов страны. В сфере журналистики изучение новых проявлений феноменальных визуализаций, например, «иммерсивные технологии, как возможности и перспективы VR-технологий», остается актуальной темой.

Медиаэксперты проводят исследования систем VR, чтобы оценить их преимущества перед кабельными HDMI-устройствами, а также возможности и ограничения виртуальной связи, чтобы изучить нарратив с технических и технологических точек зрения. Технологии VR широко используются в зарубежном медиапроизводстве. Калифорнийским университетом Stanford в Пало-Альто создана онлайн-платформа по изучению и освоению AR-, VR-технологий, где размещаются программы нарратива, разработанные лабораторией Virtual Human Interaction Lab (4). Известные новостные агентства и издательства, такие как Associated Press, ABC News, CNN, The New York Times, The Guardian в создании некоторых медиаконтентов пользуются возможностями иммерсивных технологий для запуска презентаций в 3D-формате 360 панорамных видеоизображений. Крупные корпорации, такие как Google, Facebook, Samsung, Sony, начали деятельность по разработке платформы VR (Ибраева Г., 2017).

Обзор литературы

В 2014 году зарубежные издатели, такие как Vice News, Des Moines Register и Gannett, представили свои первые VR-проекты. Эти проекты представляют собой 5-10-минутные короткометражные фильмы, предназначенные для просмотра на устройствах VR (Замков А., Крашенинникова М., Лукина М., Цынарева Н., 2017).

В России активно осваиваются технологии иммерсивной журналистики. В частности, в 2016 году Russia Today организовала дискуссию о вир-

туальной реальности на международном рынке телевизионного контента MIRCOM с представлением видеоролика в формате 360° «Виртуальная реальность – наше настоящее будущее», которая вызвала большой спор среди экспертов этой области (Замков А., Крашенинникова М., Лукина М., Цынарева Н., 2017). Следует отметить, что с 2015 года российское телевидение реализует возможности виртуальной реальности в создании документальных фильмов. Первый панорамный телематериал был посвящен военному конфликту в Донбассе (Замков А., Крашенинникова М., Лукина М., Цынарева Н., 2017).

С таким же успехом теоретические, научные исследования проводятся медиаэкспертами Казахстана, в частности, Национальный университет имени аль-Фараби открыл лабораторию по VR-технологиям, где будущие журналисты осваивают технологии цифровой платформы. Задачей казахстанских теоретиков и практиков является определение оптимального баланса между научно-теоретическими и практическими результатами создания иммерсивной журналистики в Казахстане (Ибраева Г., 2017).

Обычно эффект иммерсии применялся в кино или играх, но не в журналистике. Нонни Де ла Пеня – профессиональный журналист и исследователь в новой области журналистики и коммуникации. Первый ее сюжет был о голоде в Лос-Анджелесе. Сцена воссоздана в виде анимационных графически объемных изображений. Видеоряд виртуально-программного обеспечения, аудиозапись реальных событий.

На видео – очередь виртуальных людей. Вдруг мужчина, стоявший в очереди, упал, началась паника. Он лежит. Пользователь VR, который в реальном времени и пространстве находится в студии, подходит к мужчине и пытается ему помочь. Сенсорные и тактильные связи с VR-технологией, в данном случае виртуальный шлем и компьютерная программа, дают возможность полных ощущений реальности происходящего пользователю. Пользователь, находясь в студии, старается не наступить на виртуального человека, которого на самом деле нет. Эксперименты доказывают того, что люди (пользователи), которые участвовали в виртуальном просмотре, наклонялись, пытались помочь больному человеку. А более эмоциональные пользователи даже плакали (Ибраева Г., 2017).

Пользователи-испытатели данной технологии сочли правильным отметить то, что с технической точки зрения данный феноменальный эффект воссоздается за счет комплектующих

устройств компьютера. То есть, объемное изображение дает эффект только тогда, когда к нему подключаются дополнительные устройства, например, специальные очки или же VR-шлем с цветным жидкокристаллическим дисплеем. По мнению медиаэксперта, подобная конструкция напоминает детскую игрушку стереоскоп (Усенков Д., 2006). Но только вместо фотослайдов через дисплей ЖК-экранов рассматриваются динамические компьютерные изображения. Возможность полного «погружения» в событийность виртуального мира дает ЖК-экран, который расположен близко от глаз пользователя. Так же, к визуальным приемам информации одновременно подключаются звуковые эффекты, передаваемые стереонаушниками, встроенными в устройства VR. Объемное звуковое сопровождение еще в большей степени усиливает эффект погружения. Так же процесс воспроизведения VR-контента имеет ряд технических организационных моментов. Это требует формального подхода к процессу разработки, который правильно интегрирует следующие мероприятия:

- управление требованиями;
- анализ;
- дизайн;
- кодификация;
- тестирование (Galimberti C., Belloni C., Cantamesse M., 2006).

Правила существования в виртуальной среде

Иммерсивные медиа способны преобразовать потребителя информации от внешнего наблюдателя в участника события, используя изображения от непосредственного ракурса репортера. Таким образом, иммерсивные медиа увеличивают психологическую достоверность повествования в полном объеме совершенства. В соответствии с концепциями исследований новых медиа, иммерсивная журналистика относится к цифровой информационной технологии, которая предоставляет информацию, необходимую пользователю в виртуальной среде. Как мы понимаем, программирование визуализации формата 360 недостаточна для реализации контента, к ней прилагаются специальные устройства для погружения во времени и пространстве. Данные устройства идут в дополнение к графическим структурам, разработанным с идеальной точностью.

Общая цель технологии погружения состоит в том, чтобы установить прямую связь между контентом и его получателем, полное погружение в событийность происходящего в виртуальном мире. То есть, пользователь как пост-плоть

– электронное тело виртуального класса в анимированных трехмерных графических интерфейсах, закодирован в сети и вдохновленный телематическим миром кибермашин, не ограничивающим физическое движение, а так же, психологическое восприятие через последовательные массивы портов BUS, унифицированных указателей ресурсов URL-адреса и кибер-цифр-блатов (Kroker A., 1994).

Правила существования эффекта погружения – иммерсивности приводит к тому, что пользователь анализирует медиасобытие не со своей (реально жизненной) позиции, а с позиции непосредственного участника виртуальной реальности. В то же время ряд психологических эффектов создают интерактивную среду искусственного общения (одностороннее существование, то есть наблюдение за реальностью, в ней можно чувствовать и ощущать себя, но нет способности влиять на происходящее). Результаты экспериментально-практических применений показывают, что когда люди взаимодействовали с партнером, представленным любым видимым изображением, они чувствовали себя более погруженными в виртуальную среду, чем когда не было видимого изображения. Участники, находящиеся вне изображения, чувствовали себя менее погруженными в псевдореальность. То есть, связь с видимостью виртуального окружения имеет большое значение (Nowak K., Biocca F., 2003).

Фактически, данная технология является информативным нарративом. Для производства современных моделей инноваций, а также визуальной и более полной медиареальности VR ценится как удобная платформа информационных технологий. Погружение в пространство трехмерной визуализации другого измерения сопровождается ответными сигналами в мозг пользователя: зрительными, слуховыми, тактильными и другими ощущениями (Усенков Д., 2006).

Основные направления исследований VR

В современном научном медиамире иммерсивная журналистика как часть производства средств массовой информации проходит квалифицированную эксплуатацию в преддверии выхода на рынок технических новаций. Например, группа российских ученых отмечает четыре направления исследования данной технологии, которые ранее были определены медиаэкспертом G.M. Hardee (Hardee G., 2016).

Первое – это экспериментальные и теоретические исследования. Эксперименты исследования эффекта прямого участия доказывают, что этот эффект часто является особым комму-

никативным состоянием субъекта, восприятием реальности которого происходит через иллюзорные эмоции. То есть наблюдатель получает информацию «за» отображением виртуальной реальности, но эффект погружения дает возможность пользователю чувство присутствия в событийности (Замков А., 2017).

Второе – более глубокая часть исследований, которую изобретатели первой версии VR назвали «физикой» виртуальной реальности. Данное направление исследования выявляет метафизику витальных и мнимых различий. Это научная интерпретация психофизической когнитивной модели ума и сознания, которая приводит к концепциям ощущения зависимости от состояния глубины погружения. Потому что метод иммерсивности – это метод, который служит для компенсации аудиовизуальных изображений. Он ограничен в своей способности передавать реальность ясным и реалистичным способом в виртуальном пространстве (Замков А., 2017).

Третья область исследований новых медиа является роботизация текстового производства кросс-медиального нарратива, который отвечает всем требованиям относительно совместимости с виртуальным окружением. В то же время данный нарратив признан основной формой познания мира и передачи навыков образовательных технологий. Высокий уровень универсальности нарратива отражается в визуальных и звуковых возможностях мультимедийности вербальных коммуникаций (Замков А., 2017).

И, наконец, наиболее актуальным является четвертое направление исследований в области медиа, которое связано с адаптацией к этическому кодексу журналистики (Замков А., 2017). В этом отношении кодекс не идеален. Руководящие принципы в нем относятся к социальному контексту, в котором проявляется журналист или СМИ – выступая в качестве коммуникатора, переводчика или защитника гражданства. При выборе материала для публикации существуют такие ценности, как точность и прозрачность контента. Несмотря на то, что каждое поколение по мере эволюции технических возможностей создает журналистику своего времени, существующие этические нормы остаются неизменными для всех государств, культур и политических систем (Муминов Ф., 2013).

Заключение

В ходе изучения научных исследований западных ученых в этой области приводит к вы-

воду, что новый подход подачи информации, то есть панорамный взгляд, дает возможность интерпретации информации потребителя как непосредственного участника реальности. Одной из причин большого интереса к этому нововведению является технология, позволяющая создавать цифровые копии реальностей с высоким разрешением, то есть, создавать изображения, похожие на реалии жизни. При изучении исследований зарубежного опыта иммерсивной журналистики стало известно, что областью современных исследований виртуальной реальности является индустрия развлечений и компьютерных игр. Ряд медиаэкспертов, таких как Шмитц В. (Schmitz Weiss A., 2009), Балет О. (Balet, O., 2001), Харди Г. (Hardee G., 2016), Коффе А. (Coffee, A., 2013), VR-контент рассматривают с точки зрения мультимедийного медиапроизводства. По мнению данных исследователей, VR-контент является продуктом мультимедийных технологий нового уровня, воспроизводящих реальную и мнимую среду. VR-устройства как часть мультимедийных технологий являются технологиями иммерсивной журналистики.

Современные научные исследования VR стали крупным прорывом в области информационных технологий. Но в то же время возникают проблемы с эмоциональным восприятием виртуальных информационных продуктов и последствиями их потребления. Соблюдение требований профессиональных этических норм, предъявляемых к новым производителям и дистрибьюторам продукции, а также вопрос о правилах, которые необходимо немедленно разработать в контексте использования аналогичных технологий, остается ключевой проблемой.

По мнению экспертов, виртуальная реальность, несомненно, является мощным инструментом захвата и влияния на аудиторию. Но есть и другая сторона вопроса: если производители или создатели эмпатии для своих персонажей, репутация журналистов окажется под угрозой (Добровидова О., 2015). Медиаобщество сталкивается с новой информационно-психологической угрозой – психологическим воздействием информации в формате 360°. Именно поэтому ведутся горячие дебаты о создании проекта этических деклараций из-за отсутствия специально разработанных кодексов.

Безопасность информационной и контентной инфраструктуры включает защиту информации и контента от потенциально вредного воздействия на владельца или пользователя ин-

фраструктуры случайного или преднамеренного характера (Муминов Ф., 2013).

Также медиаэксперт Усенков Д.Ю. отмечает несколько видов проблем, связанных с VR-технологиями. Наряду с техническими (математические недочеты визуализации 360 формата), физическими проблемами (при длительном погружении, потеря координации во времени и пространстве), главной проблемой виртуальной реальности является психологическое воздействие на пользователя (Усенков Д., 2006). Исходя из этого, можно сказать, что задачей журналистики является защита интересов общества, и даже в новом виртуальном мире оно неизменно. Но язык VR и его механизмы не настолько гармонируют с принципами реализма и прозрачности. VR ограничивается лишь созданием иллюзии, электронной копии реальности. В промышленности этот основополагающий факт вызывает научную революцию, называемую «автоматизацией» или «кибернетизацией» (Маклюэн М., 2003). Исследования показывают, что последствия виртуальной реальности и ее «погружения» в сознании человека, положительные результаты которого требуют введения в их применение определенных этических норм (кодекса), должны быть серьезно изучены психологами-экспертами в области коммуникации (Ибраева Г., 2017). Поскольку независимо от того, что какой бы ни была опасность в психологическом, научном или в другом плане восприятия VR продукта, инновационные технологии, несомненно, будут проникать во все области жизни общества.

Наше исследование привело к следующим гипотезам:

VR-технология как основополагающая среда нового направления в журналистике, то есть иммерсивной журналистики, является главным объектом изучения с теоретической, научной, практической и психологической точек зрения;

журналистика «погружения» – иммерсивная журналистика – это направление цифрового поколения, а также, что немаловажно, развитие иммерсивной журналистики в Узбекистане связано с разработкой программ подготовки и обучения кадров. «ИКТ и возможности, которые они предлагают для виртуального опыта и ассоциации, то есть опыта и ассоциации на расстоянии, без задействования физической близости, могут преобразовать общую ассоциативную среду, в которой живут те, кто имеет к ним легкий доступ.

Очень важно не переоценивать эти возможности, но знать об изменениях, которые они могут вносить в процессы глобализации» (Newbold Chr., 2002).

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

В ходе исследования нами было идентифицировано два вида VR-контента:

1. **Инфографический** – данный вид визуализации воссоздается разработчиком контента с помощью 3D-компьютерных программ в анимационном формате. Примером тому может стать первый сюжет Нонни Де ла Пенья (27).

2. **Видеоформат** – контент воссоздается из видеок кадров в виде объемных изображений, отснятых специальной камерой с программным обеспечением. Данный контент приобретает феноменальность только при просмотре его с помощью специальных устройств – VR-очков или VR-шлема. Пример: SkyDive in 360° Virtual Reality via GoPro / съемки в 360° градусов, прыжок с парашютом (28).

Также VR-технологии как объект исследования:

– VR-технология как основополагающая среда нового направления в журналистике (иммерсивная журналистика) является главным объектом изучения с теоретической, научной, практической и психологической точек зрения, которые необходимо анализировать в отечественных научных исследованиях;

– феномен «виртуальная реальность», VR-контент – это мир, созданный посредством компьютерных технологий;

– в плане развития узбекской журналистики иммерсивная журналистика является немаловажным объектом для проведения экспериментальных VR-исследований в технологическом аспекте;

– в системе образования и подготовки журналистских кадров специализация в направлении VR-технологий позволяет подготовку журналистов-визуализаторов, журналистов-аниматоров виртуальной реальности, поскольку VR-контент является медиаинформацией для пользовательской аудитории.

В завершение можно отметить, что результаты научных исследований показывают, что VR-технология является эффективным направлением развития журналистики в целом. Эти передовые технологии служат новым пиком развития.

References

- Balet, O., G. Subsol and P. Torguet, editors (2001), *Virtual Storytelling: Using Virtual Reality Technologies for Storytelling*, International Conference on Computer Vision Systems, Avignon, 27-28 September.
- Василий Великий. Беседы на шестоднев [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wco.ru/biblio/books/vasilv2/Main.htm> (дата обращения: 12.05.2020).
- Виртуальность [Электронный ресурс] // Новая философская энциклопедия в 4-х т. / под ред. В. С. Стёпина. 2001. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/8106/ВИРТУАЛЬНОСТЬ (дата обращения: 12.05.2020).
- Virtual Human Interaction Lab <http://vhil.stanford.edu/mission/>
- Galimberti C., Belloni C., Cantamesse M. et al. The development of an integrated psychosocial approach to effective usability of 3D virtual environments for cybertherapy // *PsychNology J.* 2006. Vol. 14. N 2.
- Грязнова Е. В. Философский анализ концепций виртуальной реальности [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_278.html (дата обращения: 23.05.2020).
- De La Pena, N.: Project "Hunger in Los Angeles" https://www.youtube.com/watch?v=wvXPP_0Ofzc Oct 28, 2012;
- Добровидова О. (2015) Этической реальности-чек для журналистской виртуальной реальности. URL: <https://themediacenter/2015/09/04/eticheskiiy-realiti-chek-dlya-zhurnalistiki-virtualnoy-realnosti/> (04.01.2020).
- Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева Н.А. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования. // *Современные информационные технологии и ИТ-образование* №1. 2017. Том-13// pdf <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya/viewer>. Дата обращения: 29.03.2020.
- Ибраева Г.Ж. (2017) Иммерсивная журналистика как новая цифровая платформа медиакommunikation. // *Вестник КазНУ, серия Журналистика* № 3, 2017 1 (1). <https://www.kaznu.kz/content/files/pages/20.pdf>.
- Качкаева А. и др. (2017) Мультимедийная журналистика. Учебник. ВШЭ. – М., – 277 с. <https://id.hse.ru/data/2017/pdf>.
- Концепция национальной стратегии «Цифровой Узбекистан-2030». <https://regulation.gov.uz/ru/document/10574>.
- Корнев М. Виртуальное для реального: новые измерения. URL: <http://jmlst.ru/content/virtualnoe-dlya-realnogo-novyeizmereniya>. дата обращения: 20.05.2020.
- Coffey, A.J., et al. (2013), «New Media Environments' Comparative Effects Upon Intercultural Sensitivity: A FiveDimensional Analysis», *International Journal of Intercultural Relations* 37 (5): 605-627.
- Kroker A. Data trash. The theory of the virtual class / Kroker A., Weinstein M. – Montreal : New world perspectives, 1994. – 176 p.
- Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн / пер. с англ. В. Николаева. – М.; Жуковский: КАНОНпресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
- Муминов Ф., Баротов Ш. Очир ахборот тизимларида ахборот-психологик хавфсизлик. – Т.: Янги авлод. 2013 й. – С-191.
- Newbold Chr., Boyd-Barrett O., Van den Bulck H. // *The Media Book* // A member of the Hodder Headline Group LONDON Co-published in the United States of America by Oxford University Press Inc., New York. https://monoskop.org/images/3/38/The_Media_Book_2002.pdf.
- Nowak K.L., Biocca F. The effect of the agency and anthropomorphism on users' sense of telepresence, copresence, and social presence in virtual environments // *Presence*. 2003. Vol. 12. N 5.
- Самухин А.Х. Три подхода к трактовке виртуальности // *Грамота*. 2014 №3 (41). Тамбов// https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2014_3-1_37.pdf (дата обращения: 16.09.2020).
- Севальников А. Ю. Онтология Аристотеля и квантовая реальность [Электронный ресурс]. URL: <http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=306> (дата обращения: 12.05.2020).
- Смолин А.А., Жданов Д.Д. (2018) Системы виртуальной, дополненной и смешанной реальности / Университет ИТМО, Санкт-Петербург. <https://books.ifmo.ru/file/pdf/2321.pdf>.
- Усенков Д.Ю. Виртуальная реальность. // *Компьютерные инструменты в образовании*. №5, 2006// <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-realnost-1/viewer>.
- Hardee G.M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. *Research Gate*, 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/304055227>
- Schmitz Weiss A. (2009), "Virtual Worlds: Where the Journalist and the Avatar Combine, New Research Paradigm for Journalism Scholarship, Professional Journalism Training" article presented at the International Communication Association's Annual Conference, May 21.
- https://www.ebay.com/sch/i.html?_nkw=immersive%20vr. Дата обращения: 23.04.2020
- https://www.youtube.com/watch?v=wvXPP_0Ofzc (дата обращения: 20.02.2018)
- <https://www.youtube.com/watch?v=S5XXsRuMPIU>

References

- Balet, O., G. Subsol and P. Torguet, editors (2001), *Virtual Storytelling: Using Virtual Reality Technologies for Storytelling*, International Conference on Computer Vision Systems, Avignon, 27-28 September.
- Vasilii Velikii. Besedy na shestodnev [Conversations for six days] [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.wco.ru/biblio/books/vasilv2/Main.htm> (data obrashcheniya: 12.05.2020) (in Russian).

- Virtual'nost' [virtuality] [Elektronnyi resurs] // Novaya filosofskaya entsiklopediya v 4-kh t. / pod red. V. S. Stèpina. 2001. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/8106/VIRTUAL"NOST](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/8106/VIRTUAL) (data obrashcheniya: 12.05.2020) (in Russian).
- Virtual Human Interaction Lab <http://vhil.stanford.edu/mission/>
- Galimberti C., Belloni C., Cantamesse M. et al. The development of an integrated psychosocial approach to effective usability of 3D virtual environments for cybertherapy // PsychNology J. 2006. Vol. 14. N 2.
- Gryaznova E. V. Filosofskii analiz kontseptsii virtual'noi real'nosti [Philosophical analysis of the concept of virtual reality] [Elektronnyi resurs]. URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_278.html (data obrashcheniya: 23.05.2020). (in Russian)
- De La Pena, N.: Project "Hunger in Los Angeles" https://www.youtube.com/watch?v=vvXPP_0Ofzc Oct 28, 2012;
- Dobrovidova O. (2015) Eticheskii realiti-chek dlya zhurnalistskoi virtual'noi real'nosti [Ethical and reality check for journalism and virtual reality] URL: <https://themediacenter.com/2015/09/04/eticheskii-realiti-chek-dlya-zhurnalistiki-virtualnoy-realnosti/> (04.01.2020). (in Russian)
- Zamkov A.V., Krashenninnikova M.A., Lukina M.M., Tsynareva N.A. Immersivnaya zhurnalistika: podkhody k teorii i problemam obrazovaniya [Immersive journalism: approaches to the theory and problems of education] //Sovremennye informatsionnye tekhnologii i IT-obrazovanie №1. 2017. Tom-13// pdf <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-podhody-k-teorii-i-problemam-obrazovaniya/viewer>. Data obrashcheniya: 29.03.2020. (in Russian)
- Ibraeva G.Zh. (2017) Immersivnaya zhurnalistika kak novaya tsifrovaya platforma mediakommunikatsii [Immersive journalism as a new digital media communication platform] //Vestnik KazNU, seriya Zhurnalistika № 3, 2017 1 (1). <https://www.kaznu.kz/content/files/pages/20.pdf>. (in Russian)
- Kachkaeva A.; i avtory (2017) Mul'timediinaya zhurnalistika. [Multimedia journalism] Uchebnik. VShE, Moskva, . 277p. <https://id.hse.ru/data/2017/pdf>. (in Russian)
- Kontseptsiya natsional'noi strategii «Tsifrovoy Uzbekistan.2030». [Concept of the national strategy "Digital Uzbekistan. 2030"] <https://regulation.gov.uz/ru/document/10574>. (in Russian)
- Kornev M. Virtual'noe dlya real'nogo: novye izmereniya. [Virtual for real: new dimensions] URL: <http://jrnlst.ru/content/virtualnoe-dlya-realnogo-novyeizmereniya>. data obrashcheniya:20.05.2020. (in Russian)
- Coffey, A.J., et al. (2013), "New Media Environments' Comparative Effects Upon Intercultural Sensitivity: A FiveDimensional Analysis", International Journal of Intercultural Relations 37 (5): 605-627.
- Kroker A. Data trash. The theory of the virtual class / Kroker A., Weinstein M. — Montreal : New world perspectives, 1994.— 176 p.
- Maklyuen M. Ponimanie media: Vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding Media: External Human Extensions] [Tekst] / M. Maklyuen / per. s angl. V. Nikolaeva. M.; Zhukovskii: KANONpress-Ts, Kuchkovo pole, 2003. 464 p. (in Russian)
- Muminov F., Barotov Sh. Ochiq akhborot tizimlarida akhborot-psikhologik khavfsizlik. [Information and psychological security in open information spaces] T.: Yangi avlod. 2013 i. 191p. (in Uzbek)
- Newbold Chr., Boyd-Barrett O., Van den Bulck H. //The Media Book//A member of the Hodder Headline Group LONDON Co-published in the United States of America by Oxford University Press Inc., New York. https://monoskop.org/images/3/38/The_Media_Book_2002.pdf.
- Nowak K.L., Biocca F. The effect of the agency and anthropomorphism on users' sense of telepresence, copresence, and social presence in virtual environments // Presence. 2003. Vol. 12. N 5.
- Samukhin A.Kh. Tri podkhoda k traktovke virtual'nosti [Three approaches to the interpretation of virtuality] //Gramota. 2014 №3 (41). Tambov// https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2014_3-1_37.pdf (data obrashcheniya:16.09.2020). (in Russian)
- Seval'nikov A. Yu. Ontologiya Aristotelya i kvantovaya real'nost' [Aristotle's Ontology and Quantum Reality] [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=306> (data obrashcheniya: 12.05.2020). (in Russian)
- Smolin A.A., Zhdanov D.D. (2018) Sistemy virtual'noi, dopolnennoi i smeshannoi real'nosti. [Virtual, augmented and mixed reality systems] Universitet ITMO, Sankt-Peterburg. <https://books.ifmo.ru/file/pdf/2321.pdf>. (in Russian)
- Usenkov D.Yu. Virtual'naya real'nost'. [The virtual reality] //Komp'yuternye instrumenty v obrazovanii. №5, 2006// <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-realnost-1/viewer>. (in Russian)
- Hardee G.M. Immersive Journalism in VR: Four Theoretical Domains for Researching a Narrative Design Framework. Research Gate, 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/304055227>
- Schmitz Weiss, A. (2009), "Virtual Worlds: Where the Journalist and the Avatar Combine, New Research Paradigm for Journalism Scholarship, Professional Journalism Training" article presented at the International Communication Association's Annual Conference, May 21.
- https://www.ebay.com/sch/i.html?_nkwt=immersive%20vr. (23.04.2020)
- https://www.youtube.com/watch?v=vvXPP_0Ofzc (20.02.2018)
- <https://www.youtube.com/watch?v=S5XXsRuMPIU>

МАЗМҰНЫ – CONTENTS – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, заң, экономика	Section I Journalism: society, language, history, policy, economy	Раздел I Журналистика: общество, язык, история, политика, экономика
<i>Chazbijewicz Selim</i>		
Printed publications and public organizations of Polish-Lithuanian Tatars: the second half of the 19th century and the 20th century		4
<i>Shyngyssova N.T., Skripnikova A.I.</i>		
Trends of tabloid journalism in Kazakhstan		13
<i>Lebyedyeva N.A.</i>		
Informational support of public administration mechanisms in the cinematographic sphere		21
<i>Mukanova G.K.</i>		
Identification of al-Farabi: problem trends		34
2-бөлім Ақпарат әлемі	Section II World of information	Раздел II Мир информации
<i>Steve Guo, Sultanbaeva G.S., Sundetbay S.K.</i>		
Problems of research of information and communicative processes in political sphere		44
<i>Молдашева Ұ.Ж., Медеубек С.М.</i>		
Кітап мұқабасын ұлттық сипатта безендірудегі ізденістер.....		53
<i>Есенбекова Ұ.М.</i>		
Цифрлық ортада әлеуметтік-саяси коммуникацияның түрлену себептері және ғылыми дефиницияны нақтылау		63
<i>Саидова М.О.</i>		
VR-контент как феномен трансформации журналистики.....		74