

ISSN 1563-0242  
eISSN 2617-7978

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ

# ХАБАРШЫ

Журналистика сериясы

---

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

# ВЕСТНИК

Серия журналистики

---

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

# HERALD

of journalism

---

№2 (60)

Алматы  
«Қазақ университеті»  
2021



ISSN 1563-0242  
eISSN 2617-7978

# ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №2 (60), маусым



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

## Күзділік №16493-Ж.

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

### ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

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

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

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

### ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ

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

Журналистика сериясы: қазақ баспасөзінің тарихы, электронды және жаңа медиа, баспа ісі, қоғаммен байланыс, БАҚ дизайны, штетел 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 менеджери

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

**Редакторлары:**  
Гульмира Бекбердиева, Агила Хасанқызы

**Компьютерде беттеген**  
Айша Калиева

### ИБ № 14597

Пішімі 60x84 1/8. Қолемі 5,25 б.т. Офсетті қағаз.  
Сандық басылыс. Тапсырыс № 5762.  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеттінің  
«Қазақ университеті» баспа үйі.  
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.  
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-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**

**Б.А. Нурумов<sup>1\*</sup> , Г.Е. Беркенова<sup>1</sup> , Э.М. Фридман<sup>2</sup> , Г.Ж. Ибраева<sup>1</sup> **

<sup>1</sup>Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

<sup>2</sup>Мичиган мемлекеттік университеті, АҚШ, Ист-Лансинг қ., Мичиган штаты

\*e-mail: [bahanurum@gmail.com](mailto:bahanurum@gmail.com)

## **ПАНДЕМИЯНЫҢ ҚАУПІ ТУРАЛЫ ХАЛЫҚТЫ АҚПАРATTАНДЫРУ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАҚ COVID-19 ТУРАЛЫ АҚПАРATTЫ ҚАЛАЙ ТАРАТТЫ?**

COVID-19 коронавирус жаһандық пандемиясы қазақстандық БАҚ-тардың жұмысын қындацтты. Жаңалықтар үйімдарының едәуір бөлігі әдеттегі қызметіндегі басымдықтарды өзгертуге мәжбүр болды, ал журналистердің өздері пандемияның жағымсыз салдарын сезінді. Зерттеудің мақсаты коронавирустың жаңа түрінің қаупі туралы халықты ақпараттандыру бойынша ақпараттық үйімдардың жұмысын зерттеу болып табылады. Ғылыми мақаланың негізгі идеясы – 2020 жылдың наурызы мен тамыз айлары аралығындағы пандемияның қазақстандық БАҚ-тардың қызметіне әсерінің зерттеу нәтижелері үсіну. Аталмыш мақалада сандық және сапалық зерттеу әдістері қолданылды: телеарна, радио, баспасөз және онлайн басылым редакторларымен саулнама және бас редакторлармен терендетілген сұхбат жүргізілді. Зерттеудің негізгі нәтижелері пандемияның алғашқы жарты жылында және осыған байланысты енгізілген шектеу шаралары кезінде БАҚ қызметкерлері мен басшылары мемлекеттік ақпарат қөздерінен коронавирус туралы нақты ақпарат алу бойынша кедергілерге тап болып отырғанын, қажетті ақпаратқа қол жеткізуде қындықтар болғанын, билік өкілдері тарапынан қысымды сезінгенін және әлеуметтік желілердегі фейк жаңалықтармен құреспенін көрсетті. Осыған қарамастан, отандық бұқаралық ақпарат құралдары мәселені жан-жақты қамтуға тырысты. Сонымен қатар, коронавирус туралы әртүрлі қауесеттер мен жалған мәліметтердің фонында текстерілген ақпаратқа және білікті сарапшылардың пікірлеріне негізделген сапалы талдауы бар толыққанды хабар тарату ерекше маңызға ие болды. Зерттеудің қорытындылары журналистердің ақпарат қөздері мен тональдылығын өз бетінше таңдағанын, алайда пандемия туралы хабар тарату мәселесінде өзін-өзі цензуралауға ұшырағанын көрсетеді. Аталмыш ғылыми жұмыстың құндылығы – оның журналистердің жаһандық және жергілікті дағдарыстарды жариялаудағы кәсібиілігі мен жауапкершілігін арттыруға, сондай-ақ үкіметті дағдарыстар кезінде пресса және азаматтарға толығырақ ақпарат беруге және негұрлым ашығырақ болуға шақыруға септігін тигізе алатындығында. Зерттеудің практикалық маңыздылығы пандемия кезінде жаңалықтар үйімдарының қызметін талдауда жатыр. Ғылыми жұмыстың нәтижелерін журналистер мен БАҚ басшыларының зерттеулері мен тәжірибесінде қолдануға болады.

**Түйін сөздер:** БАҚ, басымдықтар, COVID-19 пандемиясы, өзін-өзі цензуралау.

B.A. Nurumov<sup>1\*</sup>, G.E. Berkenova<sup>1</sup>, E.M. Fridman<sup>2</sup>, G.Zh. Ibraeva<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

<sup>2</sup>Michigan State University, USA, East Lansing, Michigan

\*e-mail: [bahanurum@gmail.com](mailto:bahanurum@gmail.com)

### **Informing the Public about the Dangers of a Pandemic. Early COVID-19 Coverage by News Organizations in Kazakhstan**

The global pandemic of the coronavirus COVID-19 has hampered the work of Kazakhstani media. A significant part of news organizations were forced to change priorities in their usual activities, while journalists themselves felt the negative consequences of the pandemic. The purpose of the study is to study the work of news organizations to inform the public about the dangers of a new type of coronavirus. The main idea of the scientific article is to present the results of a study of the impact of the pandemic on the activities of Kazakhstani media from March to August 2020. The work used quantitative and qualitative research methods: the survey method of editors of television, radio, print and online publications and the method of in-depth interviews with chief editors. The main results showed that in the first six months of the pandemic and the restrictive measures introduced in this regard, media employees and managers faced obstacles in obtaining reliable information about the coronavirus from government sources, had problems accessing the necessary information, felt pressure from the authorities and fought against fakes in social networks. Despite this, the domestic media tried to cover the problem from all sides. At the same time, full-fledged coverage with a qualitative analysis based on verified information and the opinion of compe-

tent experts has acquired particular importance against the backdrop of various rumors and fakes about the coronavirus. The findings of the study indicate that journalists independently chose sources and tone, but were subject to self-censorship in their coverage of the pandemic. The value of this scientific work lies in the fact that it can help increase the professionalism and responsibility of journalists in covering both global and local crises, as well as move the government towards greater transparency and more complete disclosure of information to the press and citizens during crises. The practical significance of the study lies in the analysis of the activities of news organizations in the pandemic. The results of scientific work can be used in the research and practice of journalists and media leaders.

**Key words:** News organizations, priorities, COVID-19 pandemic, self-censorship.

Б.А. Нурумов<sup>1\*</sup>, Г.Е. Беркенова<sup>1</sup>, Э.М. Фридман<sup>2</sup>, Г.Ж. Ибраева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

<sup>2</sup>Мичиганский государственный университет, США, г. Ист-Лансинг, штат Мичиган

\*e-mail: bahanurum@gmail.com

### **Информирование общественности об опасностях пандемии. Раннее освещение о COVID-19 новостными организациями в Казахстане**

Глобальная пандемия коронавируса COVID-19 кардинально изменила и осложнила работу казахстанских СМИ. Значительная часть новостных организаций была вынуждена сменить приоритеты в своей привычной деятельности, при этом журналисты на себе почувствовали негативные последствия пандемии. Целью исследования является изучение работы новостных организаций по информированию общественности об опасностях нового типа коронавируса. Основная идея научной статьи – представить результаты исследования влияния пандемии на деятельность казахстанских СМИ с марта по август 2020 года. В работе использованы количественные и качественные методы исследования: метод опроса редакторов телевидения, радио, печатных и онлайн изданий и метод глубинных интервью с главными редакторами. Основные результаты показали, что в первые полгода пандемии и введенных в этой связи ограничительных мер сотрудники и руководители СМИ сталкивались с препятствиями по получению достоверных сведений о коронавирусе от государственных источников, имели проблемы с доступом к нужной информации, ощущали давление со стороны властей и боролись с фейками в социальных сетях. Несмотря на это отечественные СМИ старались освещать проблему со всех сторон. При этом полноценное освещение с проведением качественного анализа, основанного на проверенной информации и мнении компетентных экспертов, приобрело особую значимость на фоне различных слухов и фейков о коронавирусе. Выводы исследования указывают на то, что журналисты самостоятельно выбирали источники и тональность, однако были подвержены самоцензуре в вопросах освещения пандемии. Ценность данной научной работы заключается в том, что исследование может способствовать повышению профессионализма и ответственности журналистов при освещении как глобальных, так и локальных кризисов, а также подвигнуть правительство к большей прозрачности и более полному раскрытию информации для прессы и граждан во время кризисов. Практическое значение исследования состоит в анализе деятельности новостных организаций в период пандемии. Результаты научной работы могут быть использованы в исследованиях и практике журналистов и руководителей СМИ.

**Ключевые слова:** новостные организации, приоритеты, пандемия COVID-19, самоцензура.

### **Кіріспе**

Қазақстанда COVID-19 пандемиясы туралы жаңалықтар үреймен қарсы алынды. Үкімет дүрбелең мен тәртіпсіздікке жол бермеу үшін халықтың денсаулығы мен ақпараттық қауіпсіздікті қорғауга көніл бөлді. Бұқаралық ақпарат құралдарының қайнар көзі блогерлердің өзі және әлеуметтік желілер, сонымен қатар Интернетті қолданатын қарапайым азаматтар болды. Өсек пен арандатушылық мәліметтерін ауыздықтау үшін үкімет екі орталық құрды: бірі бұқаралық ақпарат құралдарының жұмысын үйлестіру және орталықтандыру, екіншісі COVID-19 мониторингін жүргізу және науқас-

тарды есепке алу. Алайда, халықты ақпараттандырудың негізгі ауыртпалығы «қалам мен микрофон» қызметкерлеріне артылды. COVID-19 пандемиясының алғашқы алты айнда (2020 жылдың наурызынан тамызына дейін) қазақстандық журналистер сенімді ақпарат алуға және таратуға тырысқан биліктің күші, қысымы мен бақылауын жақсы сезді. Бұл зерттеуде баспа және онлайн басылымдар, радио мен теледидарлар редакторлары арасында саяулама қолданылды, содан кейін ұлттық және жергілікті БАҚ қоғамды COVID-19 туралы ақпарат тарату және жалған жаңалықтар (фейк) мен жалған ақпаратпен (дезинформация) күресу үшін қалай жұмыс істегенін тексеру үшін бас-

редакторлармен терең сұхбат әдісі қолданылды. Нәтижелер көрсеткендей, журналистер билік пен медициналық қызметкерлерден сенімді және нақты ақпарат алу кезінде кедергілерге және өзіндік цензурага тап болды.

### Әдебиетке шолу

Қазақстандағы дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары мен жаңа медианың журналистері, басқа елдердегі әріптестері сияқты, 2020 жылы жаңа жаһандық проблемаға тап болды: COVID-19 пандемиясы. Бұл тақырып жыл бойына күн тәртібін қалыптастырыды, ейткені БАҚ форс-мажорлық жағдайда оқырмандарға, көрермендер мен тындаушыларға түсіндірудің шұғыл қажеттілігіне мән берді. Бұл мәселені жеткізу Қазақстандағы отандық бұқаралық ақпарат құралдарының басым бөлігі үшін негізгі міндет болды. Пандемия басталғаннан бері дерлік кез келген журналистік үйім тиісті ақпаратты жинау, өндеу және тарату тәсілдерін дамытты. Мысалы, бірқатар БАҚ пациенттер мен коронавирустық инфекциядан қайтыс болғандар туралы ресми статистикалық мәліметтерді ғана беруді жөн көрді, ал кейбір басылымдар бұл тақырыпты басқа ақпаратқа мамандандырылғандығын алға тартып, жариялаудан бас тартты.

Бұл жерде парадокс пайдаболды – бір жағынан, дәстүрлі БАҚ өзекті тақырыптарды қамтуы керек; екінші жағынан, олар өз аудиториясы үшін неғұрлым қызықты немесе маңызды деп санайтын тақырыптарды таңдауға құқылы. Құнделікті күн тәртібін белгілеу кезінде не туралы хабарлау керектігін таңдау көбіне әр журналистік үйімның беделіне байланысты болды. Дәстүрлі БАҚ жетекшілері осы қағиданы ұстанды.

Шындығында, медиа үйімдары өндіріс пен үйімдастырудың айтарлықтай өзгерістер жасағанына қарамастан, тәуекел мен дағдарыс жағдайында жүргізілген журналистік жұмыс журналистік автономияның негізгі және бірынғай кәсіби принциптерін өзгертуп (Ulmer, Sellnow, and Seeger, 2017). Сонымен қатар, жол жүргүре койылған шектеулер журналистердің өз қалаларында репортаж жасау үшін қозғалуына кедергі болып, оларды онлайн-репортаж жасауга мәжбүр етті. Журналистерге арнайы COVID-19 тақырыбын қамтуға бағытталған тегін оқыту веб-семинарлары жаппай басталды (Lee and Bottomley, 2010).

Зерттеушілер «дағдарысты» жазатайым оқиғадан (Fearn-Banks, 2017), тұраксыз күйден (Fink, 2002) немесе зақымданудан (Coombs,

2018) туындауы мүмкін етпелі күйдің бір түрі ретінде сипаттайты. БАҚ-тың мінез-құлық модельдері жаңалық үйімдары мен журналистердің дағдарысқа деген көзқарасына байланысты (Вакурова, 2015). Жаңалық үйімінің қоғам мен үкімет алдындағы беделі оның журналистерінің қыын жағдайда өзін қалай ұстауына байланысты. Сондықтан пандемия кезіндегі журналистер мен БАҚ басшыларының жұмысын коммуникациялық дағдарыс тұрғысынан зерттеу пайдалы.

БАҚ үшін кез келген дағдарыс ақпарат беру мүмкіндігі болып табылады, өйткені дағдарысты көпшілікке жариялау журналистердің кәсіби міндеті болып табылады. Бұқаралық ақпарат құралдары дәстүрлі түрде билік пен халық арасындағы көпір болып саналады, бірақ екі жақтың дағдарыстық жағдайларға көзқарасы әртүрлі. Мәселені неғұрлым жақсы жарыққа шығарып, мәселенің мәнін ашып көрсетсе, соғұрлым сенім артады, сәйкесінше журналистикалық үйімінің қоғам алдындағы беделі де артады. Жаңа жаһандық сынақ болып табылатын COVID-19 пандемиясы, мемлекеттердің ақпараттық-коммуникациялық тұрғыдан қаншалықты бөлшектенгендігін және журналистер өздерін осы бытыраңқылық эпіцентрінде қалай тапқанын көрсетті.

Қазақстанда ақпараттық вакуумның шекаралары пандемияның алғашкы құндерінен бастап кеңеңе бастады. Қоғамның әртүрлі топтарын маңызды ақпаратпен қамтамасыз ету үшін БАҚ өкілдеріне көп күш жұмысаға тұра келді, өйткені адамдар жағдайдың ауқымын мүлде түсінбеді. Бұл ақпараттық аштық кезеңі болды, өйткені мемлекеттік шенеуніктер вирус туралы және үкіметтің, денсаулық сақтау саласының мамандары мен фармацевтика индустриясының реакциясы туралы білетіндерін ашық айтудан әдейі бас тартты. Үкімет екі орталық құрды – әлеуметтік тұрақтылықты сақтау, жалған жаңалықтар мен жалған ақпаратпен құресу үшін БАҚ жұмысын үйлестіру және орталықтандыру орталығы және COVID-19 пациенттерін бақылау және тіркеу үшін COVID-19 бақылау және есепке алу орталығы. Сондай-ақ, билік сенімді және тексерілген ақпараттың ресми көзі ретінде coronavirus2020.kz веб-сайтын құрды.

Қазақстанда COVID-19 коронавирустық инфекциясының алғашкы ресми жағдайлары 2020 жылы 13 наурызда тіркелді (4 жағдай). 2020 жылғы 9 қыркүйектегі жағдай бойынша тіркелгендер саны 106 498, қайтыс болғандар саны – 1634 (Coronavirus2020.kz, 2020). Бұл сандар әлі өсуде. Бастапқы кезеңде қазақстан-

дықтар қауіпті жете бағаламады (Bisam.kz, 2020). Сонымен қатар, коронавирус туралы сенімді ақпараттың жеткіліксіздігі және медициналық сарапшылардың қауіп-қатерді кәсіби бағалауының жоқтығы, қауіпті асыра сілтеу туралы жалған сенім тудырды.

Бұқаралық ақпарат құралдарын қаржыландыратын инвесторлар мен мемлекеттік органдардың редакциялық саясатқа ықпал етегін ескерсек, журналистер үшін COVID-19 пандемиясын және одан кейінгі карантиндік шектеулер тақырыбын қамту қыынға соқты (Internews, 2019). Сондықтан теледидар экрандағында тек құргақ статистика айтылды, ал билікке деген сын кейде интернеттегі газет мақалалары мен материалдарында кездесетін.

### **Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарына қысқаша шолу**

Қазақстан Республикасында 2020 жылдың 10 қантыарында 3669 БАҚ есепке қойылған, оның ішінде 2964 мерзімді баспа басылымы, 161 – телеарна, 73 – радио, 471 – ақпарат агенттігі мен желілік басылымдар. Ең көп есепте тұрғаны ол мерзімді баспа басылымы – тіркелген бұқаралық ақпарат құралдарының жалпы саны – 2964, оның ішінде газеттер – 1859 және журналдар – 1105. БАҚта көбінесе қазақ және орыс тілдері қолданылады – 1348 БАҚ, тек орыс тілінде – 882, тек қазақ тілі – 578, үш тіл және одан да көп – 861 (Қазақстан Республикасының Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі, 2020).

Таралымы бойынша алғашқы төрттікке кіретін газеттер: Караван және Караван-Класс (жартылай жеке, орыс тілінде, апта сайын), жалпы таралым 500000 дана; Yegemen Qazaqstan (мемлекеттік, қазақша), аптасына бес рет, 201750 дана; Казахстанская правда (мемлекеттік, орыс тілінде), аптасына бес рет, 100000 дана; Экспресс-К (жартылай жеке, орыс тілінде), аптасына бес рет, 100000 дана. Ең жиі қолданылатын алғашқы төрт телеарнаға 1-канал Евразия, НТК, КТК және 31-канал кірді. Ең көп қолданылған ақпарат агенттіктер – Kazakhstan Today, ҚазАқпарат, Bnews, Business Resource және Интерфакс-Қазақстан (International Research & Exchanges Board, 2019:236).

Билік өкілдерінің айтуынша, Қазақстандағы БАҚ-тың 90%-ы жеке меншік болып табылады және заңға сәйкес мемлекеттің олардың қызметіне және редакция саясатына араласуға құқығы жоқ (Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің реисми ақпараттық ресурсы, 2019). Дегенмен, соңғы

үш жылда «Шекарасыз репортерлар» үкіметтік емес үйімі жариялаған халықаралық баспасөз бостандығы рейтингінде Қазақстан тек бір позицияға көтерілді. 180 елдің ішінде Қазақстан 2018 және 2019 жылдардағы 158-орыннан 2020 жылы 157-орынға көтерілді (Reporters without Borders, 2020). Алайда, билік бұл рейтинг елдің баспасөз бостандығы деңгейінің шын бейнесін көрсете алмайды деп есептеп осы рейтингпен келіспеген (Liter.kz, 2020).

### **Қолданылған ғылыми методологиялар. Зерттеу сұрағы және әдістері**

Осы тұрғыда зерттеу авторлары COVID-19 пандемиясының алғашқы алты айында отандық БАҚ қазақстандық қоғамды қалай хабардар еткенін анықтауға тырысты. 2020 жылдың наурызынан тамызына дейінгі алты айлық зерттеу кезеңінде газеттердің, телекомпаниялардың, ақпараттық агенттіктердің, онлайн-медиа басшылары мемлекет пен қоғам, журналистер мен аудитория арасында сенімділік атмосферасын құру жауапкершілігіне тап болды. Бұл уақытта әлеуметтік желілер, блогерлер мен азаматтық белсенділер эмоционалды күн тәртібімен халық назарын өздеріне аударды.

Авторлар карантиндік шектеулер жағдайында мәселені зерттеудің тиімді әдісі ретінде сауалнама мен терең сұхбатты таңдады. Біріншіден, олар республиканың барлық аймақтарындағы журналистер мен БАҚ жетекшілерінің редакциялық және жеке электронды мекен-жайларына 200-ге жуық сауалнама жіберіп, 75 жауап алды. Сауалнама (қазақ және орыс тілдерінде) 19 сұрақтан тұрды. Жеті сұрақ ашық, жауаптары толық жазылған; он екі сұрақ жабық сұрақ түрінде қойылды.

Сауалнама нәтижелері бойынша авторлар кейіннен дәстүрлі және онлайн-медиа басшыларымен қазақстандық қоғамды ақпараттандыру және ақпарат көздерін таңдау саласындағы журналистер жұмысындағы негізгі басымдықтар туралы телефон арқылы терең сұхбат жүргізді.

### **Зерттеу нәтижелері және талқылама**

Сауалнама сұрақтары төрт тақырыптық бөліктеге бөлінді:

1-бөлім: Респондент туралы жалпы ақпарат;

2-бөлім: Респондент редакциясының, телеарнасының, онлайн медиасының жаңалықтарының басымдықтары;

3-бөлім: Есеп беру әдістері;

4-бөлім: Редакцияның, телеарнаның, ақпарат-

тық агенттіктің, онлайн медианың жаңалықтар саясатына әсері. Сауалнамаға қатысқан 75 респонденттің 41,33% қазақ тілінде, 58,66% орыс тілінде жауап

берді. Респонденттердің басым бөлігі газеттерде жұмыс істейтін журналистер болды (1-кесте).

#### 1-кесте – Респонденттердің ақпараттық үйімдары

№	БАҚ түрі	Респонденттер %
1	Газеттер	44%
2	Ақпараттық агенттіктер	12%
3	Телеарналар	17.33%
4	Онлайн медиа	25.33%
	Респонденттердің жалпы саны	N=75

Респонденттердің көпшілігі (68%) жеке БАҚ-та, ал 29,33% мемлекеттік БАҚ-та қызмет ететіні туралы мәлімдеген. Бестен бір бөлігінің (21,33%) өз ақпараттық мекемесінде 10 жылдан астам жұмыс өтілі бар, үштен бірінің (32%) – төрт пен тоғыз жыл арасында, ал қалған (42,66%) – жұмыс өтілі 3 жылға дейінгі тәжірибесі аздау журналистер. Респонденттердің арасында бас редакторлар, штаттық редакторлар, корреспонденттер және продюсерлер болды, соның ішінде редакция алқаларының мушелері мен жекелеген журналистер де бар.

Өз редакциясының жаңалықтар басымдықтары туралы сауалға екі тіл тобы мен БАҚтың барлық типтерінің респонденттері үксас

жауаптар берген. Олар жұртшылықта денсаулық туралы ақпарат беру, сонымен қатар үкіметтік позициялар мен мәлімдемелерді ұсынудың жоғары басымдықта ие болғанын атап өтті. Алайда орыстілді медиа өкілдері халықаралық ақпарат көздеріне жиірек сүйенсе, қазақтілді журналистер жергілікті билік өкілдерінің ақпараттарына көбірек сенім білдіргенін айтады. Орыс тілді редакторлар қазақ тілді редакторларға қараганда пандемияның азаматтардың экономикалық жағдайына кері әсеріне жиірек көңіл бөлген. 2-кесте (орыс тілді редакциялар) және 3-кесте (казақ тілді редакциялар) респонденттердің ақпарат көздерін тандаудағы айырмашылықтарын көрсетеді.

#### 2-кесте – Редакция басымдықтары (орыс тілді редакциялар)

№		Жоғары басымдық	Бірқатар басымдық	Басым емес
1	Пандемияның халыққа экономикалық әсері	24	16	1
2	Пандемияның ұлтқа экономикалық әсері	12	18	7
3	Жұртшылықта денсаулық туралы ақпарат беру	29	9	3
4	Үкіметтік позициялар мен мәлімдемелерді ұсыну	26	12	2
5	Пандемия туралы дезинформация және жалған ақпараттармен күрес	22	8	7
6	Жарнамалар мен өтінімдерден түсsetін табысты ұстап тұру	11	15	11
7	Пандемияның қоғамға адами әсері	20	11	4
8	COVID-19-ды емдеу және/немесе екпе (вакцина) саласындағы зерттемелер	19	12	7
9	Журналистеріздің денсаулығын қорғау	18	12	6
10	Көршілес елдер (Ресей, Қытай, Қырғызстан, Өзбекстан) пандемиямен қалай күресуде	10	12	15
11	Пандемияның Қазақстанның халықаралық қатынастарына әсері	7	21	8

Б.А. Нурумов және т.б.

**26-кесте – Қолданылған ақпарат көздері (орыс тілді редакциялар)**

№	Ақпарат көздерінің типтері	Иә (жауаптар саны)	Жоқ (жауаптар саны)
1	Президент канцеляриясы	24	17
2	Қазақстанның Денсаулық сақтау министрлігі	35	7
3	Республика парламентінің мүшелері	19	20
4	Аймақтық және жергілікті денсаулық сақтау шенеуніктері	37	6
5	Аймақтық және жергілікті саяси шенеуніктер (әкім т.б.)	34	5
6	Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы	31	8
7	Қазақстандағы медицина зерттеушілері	27	11
8	Қазақстандағы медицина қызметкерлері (дәрігерлер, аурұханалар, мейірбикелер т.б.)	35	7
9	Басқа мамандар (экономистер, саясаттанушылар т.б.)	27	12
10	Халықаралық ақпараттық ұйымдар (Ресей, Европа, АҚШ т.б.)	25	13
11	Қазақстанның ҮЕҰ (үкіметтік емес ұйымдар)	27	13
12	Халықаралық ҮЕҰ	12	24
13	Қарапайым азаматтар	28	13
14	Ақпарат көздерінің өзге типтері	23	13

**3-кесте – Редакция басымдықтары (қазақ тілді редакциялар)**

№		Жоғары басымдық	Бірқатар басымдық	Басым емес
1	Пандемияның халыққа экономикалық әсері	12	14	3
2	Пандемияның ұлтқа экономикалық әсері	8	11	9
3	Жұртшылықта денсаулық туралы ақпарат беру	24	6	1
4	Үкіметтік позициялар мен мәлімдемелерді ұсыну	16	11	2
5	Пандемия туралы дезинформация және жалған ақпараттармен құрса	12	15	2
6	Жарнамалар мен өтінімдерден түсептін табысты ұстап тұру	4	12	12
7	Пандемияның қоғамға адами әсері	15	14	1
8	COVID-19-ды емдеу және/немесе екпе (вакцина) саласындағы зерттемелер	11	12	6
9	Журналистерініздің денсаулығын қорғау	14	8	7
10	Көршілес елдер (Ресей, Қытай, Қыргызстан, Өзбекстан) пандемиямен қалай құрсуде	10	12	6
11	Пандемияның Қазақстанның халықаралық қатынастарына әсері	13	10	6

**36-кесте – Қолданылған ақпарат көздері (казақ тілді редакциялар)**

№	Ақпарат көздерінің типтері	Иә (жауаптар саны)	Жоқ (жауаптар саны)
1	Президент канцеляриясы	12	16
2	Қазақстанның Денсаулық сақтау министрлігі	27	1
3	Республика парламентінің мүшелері	13	14
4	Аймақтық және жергілікті денсаулық сақтау шенеуніктері	26	2
5	Аймақтық және жергілікті саяси шенеуніктер (әкім т.б.)	23	5

6	Дүниежүзілік деңсаулық сақтау ұйымы	23	6
7	Қазақстандағы медицина зерттеушілері	21	8
8	Қазақстандағы медицина қызметкерлері (дәрігерлер, ауруханалар, мейірбикелер т.б.)	26	3
9	Басқа мамандар (экономистер, саясаттанушылар т.б.)	20	8
10	Халықаралық ақпараттық ұйымдар (Ресей, Европа, АҚШ т.б.)	14	13
11	Қазақстандық YEU (ұқіметтік емес ұйымдар)	12	15
12	Халықаралық YEU	7	19
13	Қарапайым азаматтар	20	8
14	Ақпарат көздерінің өзге типтері	23	4

Аталмыш екі кесте журналистік органдың өзінде ақпарат алу көздерін таңдау бойынша бөлінудің бар екенін көрсетеді. Бұл, әсіресе, жаңалықтар күн тәртібінің орыс тілді сегментіне қолы жетпеген аудитория үшін өте маңызды. Кей кездері коронавирус проблемасының жасандылығы туралы және ойдан шығарылыпты-мыс деген түрлі қауесет те кіріп кетіп, инфекцияның таралу қаупіне деген жеңіл-желі төзкәрасты тудырып отырды. Осылайша, қазақ тілді халық орыс тілді халыққа қараганда той-томалақтарды, тұған күн, мерей тойларды жиірек тойлауды жалғастыра берді. Нәтижесінде, көптеген адамдар уақытылы ақпарат берілмегендіктен немесе ережелерді сақтаудың маңыздылығын түсінбегендіктен көз жұмды.

**4-кесте – Орыс тілді БАҚ-та өзін-өзі цензурауда болды ма?**

	Иә	Жоқ
Сіз жеке журналистердің және/немесе ақпараттық ұйымның пандемия туралы ақпарат тарату кезінде өзін-өзі цензураудың көрдіңіз бе?	38.6%	61.4%

**5-кесте – Қазақ тілді БАҚ-та өзін-өзі цензурауда болды ма?**

	Иә	Жоқ
Сіз жеке журналистердің және/немесе ақпараттық ұйымның пандемия туралы ақпарат тарату кезінде өзін-өзі цензураудың көрдіңіз бе?	37.9%	62.1%

БАҚ өкілдерінің ойынша, жалпы алғанда, қоғамды жақсырақ ақпараттандыру үшін қазақстандық БАҚ жаңалықтарда пандемия туралы ақпарат таратуда көбірек ұсынуы тиіс: оның экономикалық әсері туралы, білім беру мен мектептерге әсері және медициналық көмектің сапасы туралы. Авторлардың пайымдауынша, бұл себептер – көптеген адамдардың пандемияның кесірінен табыстарынан айрылғанының және кейбір аймақтар мен отбасылардың

Өзін-өзі цензурауда Қазақстандағы тәуелсіз, этикалық журналистика үшін елеулі кедергі болып табылады (Курамбаев және Фридман, 2019). Бұл термин мемлекеттік органдар мен жарнама берушілердің ашуына тимеу үшін жекелеген жаңалықтар тақырыптарын қозғамайтын немесе белгілі бір материалдарды жарияламайтын немесе таратпайтын жекелеген журналистер мен ақпараттық ұйымдардың тәжірибесіне жатады (Junisbai 2011). Екі тіл тобынан да респонденттерінің 60%-дан сол жоғарысы өзін-өзі цензурауды көрмегенін мәлімдесе, 40%-га жуығы көрдік деп жауап берген (4 және 5-кесте).

қашықтықтан оқыту форматына дайын болмағанының бір бөлігін көрсетеді. Мәселен, алыс ауылдарда ғаламтор (интернет) болған жоқ немесе интернет сигналы шамалы болды, бұл өз кезегінде, онлайн-сабактар өткізуі қынинг соқтыратын; сонымен қатар балалардың барлығында бірдей компьютер бола қойған жоқ. Дәрі-дәрмектің тапшылығы сынды қындықтар болғанын ескеретін болсақ, медициналық көмектің сапасы – болек мәселе болды.

Зерттеу кезеңінде қазақстандық БАҚ-тарға пандемия туралы «фейк жаңалықтар», көбінесе, Facebook және басқа да әлеуметтік желілер арқылы келіп отырған. Мәселен, елдің ең ірі қаласы Алматының үстімен тікұшақ ұшып, коронавирус таратты деген өсек-аян шыққан болатын. Сол себептен де кейбір БАҚ өкілдері мұндай қауессеттерге сенбеу керектігін жазған еді. Тіпті дәрігерлерден де әлеуметтік желілер арқылы

үрей үдеткен фейк хабарламалар болды. Екінші жағынан, кейбір дәрігерлер прессаны қолдады және белсенді түрде блог жүргізіп, қалалық және ұлттық деңгейдегі деңсаулық сақтау басқармасының әлеуетті құрылымдарын ашық сынға алды. Алайда олардың дауысы билік өкілдеріне әрдайым жетпеді.

6 және 7-кестелерде көрсетілгендей, екі тілдегі фейк жаңалықтар туралы жауаптар өте ұқсас болды.

#### **6-кесте – «Фейк жаңалықтар» туралы орыс тілді БАҚ жауаптары**

	Иә	Жоқ
Сіздің редакцияңыз, телеарнаңыз, жаңалықтар агенттігіңіз, онлайн медиа пандемия туралы қандай да бір жалған немеме «фейк жаңалық» алды ма?	30.2%	69.8%
<b>Егер «Иә» болса, онда бұл ақпарат алынды:</b>		
	Иә (жауаптар саны)	Жоқ (жауаптар саны)
Twitter	2	15
LiveJournal	2	14
Facebook	9	9
TikTok	2	14
Әлеуметтік желілердің өзге сайттары	10	8
Телефон қоныраулары	5	11
Пресс-релиздер	3	14
Пресс-конференциялар	5	12
Электронды пошта хаттары	4	14
Өзге	4	11

#### **7-кесте – «Фейк жаңалықтар» туралы қазақ тілді БАҚ жауаптары**

	Иә	Жоқ
Сіздің редакцияңыз, телеарнаңыз, жаңалықтар агенттігіңіз, онлайн медиа пандемия туралы қандай да бір жалған немесе «фейк жаңалық» алды ма?	33.3%	66.7%
<b>Егер «Иә» болса, онда бұл ақпарат алынды:</b>		
	Иә (жауаптар саны)	Жоқ (жауаптар саны)
Twitter	2	10
LiveJournal	1	11
Facebook	9	6
TikTok	3	9
Әлеуметтік желілердің өзге сайттары	8	7
Телефон қоныраулары	6	7
Пресс-релиздер	3	10
Пресс-конференциялар	3	9
Электронды пошта хаттары	2	10
Өзге	4	8

Саяулнамаға берген жауаптарында журналисттер өздерінің ресми ақпарат алу мүмкіндіктеріне бірқатар қындықтар кедергі келтіргенін атап өткен. Мысалы: баспасөз конференциялары кезінде ресми тұлғалар алдын ала келіп түскен сұрақтарға жауап беріп, пресс-конференция кезінде қойылған шұғыл сұрақтарды жауапсыз қалдыруы, ал кей кездері сұрақтарды елемеуі. Сол себептен де, нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланған материалдар әрдайым эксклюзивті бола бермеді және редакциялар бір-бірінің репортажын қайталап отырды. Журналисттер әлеуметтік желілерде наразылық білдіріп, Денсаулық сақтау министрлігінің арнайы құрылған баспасөз орталықтарынан ақпарат алуға деген шектеулерді сынға алып, азаматтық және кәсіби жауапкершіліктерін көрсетті.

Бұқаралық ақпарат құралдарына, сонымен қатар, елде медициналық тақырыптарда мамандандырылған журналисттердің болмауы кедергі жасады, сондықтан журналистерге қазақстандық, ресейлік, жапондық жәнеeuropalyk дәрігерлер ұсынған емдеу хаттамаларының ерекшеліктерін түсіну және нақты түсіндіру қын болды. Дәл сол сияқты, қолданылатын дәрілерге қатысты, соның ішінде, олардың қайсысы тиімді, қайсысы зиянды түсініксіздік туыннады.

Көптеген азаматтар интернеттегі және әлеуметтік желілердегі жаңалықтарға ұмтылды және кәсіби журналисттер мен ақпараттық сала-да өз статустарын қорғауға тырысқан блогерлер арасында қатал бәсекелестік орнады. Нәтижесінде, кәсіби журналисттер кейде өз мақалаларында интернетten алынған нақты емес ақпараттарды қолданды?

### Терен сұхбат нәтижелері

Жағдайды сапалы бейнелеу, авторларға мәселелерді талдауга көмектесу және пандемияға қатысты қамтудың жаңа аспектілерін анықтау үшін бес бас редактормен терен сұхбат жүргізілді. 8-кестеде сарапшылар туралы жалпы ақпарат берілген. Олар басылымдардың танымалдығы мен таралымына қарай таңдалды. Әңгіме сапалы зерттеу туралы болып отырғандықтан, зерттеу авторлары бес сарапшының саны терен сұхбат үшін жеткілікті деп санайды және де барлық сарапшылар бірдей қызығушылыққа ие болып отыр. Екі респондент мемлекеттік басылымды немесе аймақтық атқаруышы орган қаржыландыратын басылым өкілдері; ал қалғандары дәстүрлі турде де, интернетте де шығарылатын, тиражы үлкен және аудиторияны айтартылған кең қамтитын жеке бұқаралық ақпарат құралдарының (газет, журнал және интернет-БАҚ) сарапшылары.

#### 8-кесте – Сарапшылар туралы жалпы ақпарат

Саны	Лауазымы	Басылым	Меншік түрі	Жалпы таралым (дана)
Сарапшы 1	Басқарма төрагасының орынбасары – бас редактор	Жалпыұлттық республикалық газет	Мемлекеттік	185 мыңнан астам
Сарапшы 2	Бас редактор	Қоғамдық және саяси газет	Жеке меншік	130 мыңнан астам
Сарапшы 3	Бас редактор	Қалалық газет	Мемлекеттік	34 мың
Сарапшы 4	Бас редактор	Балалар мен жасөспірімдерге арналған танымдық журнал	Жеке меншік	10 мың
Сарапшы 5	Директор – бас редактор	Интернет-басылым	Жеке меншік	Ақпарат жок

Авторлар басылым басшыларымен сұхбаттасуды жөн көрді, өйткені басқа БАҚ-қа қарағанда карантиндік шектеу шаралары басылымға қатты әсер етті. Сұхбат телефон арқылы жүргізілді және сұхбатты дұрыс транскрипциялау үшін Audacity

аудио файлдарына арналған тегін көп платформалы аудио редакторы қолданылды. Эр сарапшымен сұхбат уақыты 25-тен 40 минутқа дейін болды.

Барлық респонденттер пандемия редакциялар үшін басты тақырыпқа айналды деген

пікірге келді. Сонымен бірге бас редакторлардың бірі: «Газет дәстүрлі түрде қозғайтын сыйбайлас жемқорлықпен күрес, құқық қорғау органдарының жұмысындағы кемшіліктер сияқты тақырыптар өзгеріссіз қалды», – деп баса айтты. Тағы бір сарапшы: «Журналистер барлығына комментарий іздеді. Бұл медициналық қызметкерлердің жұмысына, олардың кәсіби дайындығына, пандемия кезіндегі қауіпті жұмыстарына қолдау мен өтемекшілігі, олардың жұмысының сапасына және науқастарға қызмет көрсету сапасына, науқастардың жағдайына, емделуіне және проблемаларына, оларды медициналық құралдармен және дәрі-дәрімектермен қамтамасыз етуіне де қатысты болды», – деді.

Сұхбаттасушылар пандемия басталғаннан бастап толыққанды талдау жасалған, сапалы мақалалар ерекше маңызға ие болып, авторлар оқырманға проблемалардың себептері мен салдары туралы егжей-тегжейлі баяндауға ұмтылатынын айтты. «Адамдар газетке жарияланған ақпаратқа сенетіндіктен, пандемия басталғалы бұл мәселе өзектілігін арттыра түсті. Қате мәлімдемелер мен күмәнді кенестердің салдарын болжаку қын. Сондықтан біздің басты ұстаныммыз – білікті мамандардың, дәрігерлер мен ғалымдардың пікірлеріне ғана сүйене отырып, газете оқырманды жаңылыстыратын фактілер мен күмәнді пікірлерден аулақ болу», – деп түсіндірді сарапшының бірі.

Мемлекеттік БАҚ өкілдері шенеуніктерден пандемия туралы ақпаратты қалай таратуға болатындығы туралы тікелей бүйіркітір алған жоқ деп сендірді. Жекеменшік балалар журнальның бас редакторы да: «Біз үкіметтен ешқандай бүйіркітір алған жоқпыш. Біздің журнал 32 беттен тұрады. Біз пандемия тақырыбында бірден екі параграфты бөлдік. Редакцияға жіберілген балалардың әнгімелері мен өлеңдері коронавирус мәселесіне арналған беттерде сұрыпталып, жарияланды», – деді.

## Ақпарат алу

Барлық респонденттер пайдалы, шынайы және сенімді ақпарат алуда проблемалары бар екенин мойындаады. Сонымен қатар, халық арасында кең таралған пессимизм кезінде билік пандемия туралы жаңалықтарды аз жарияладап, жұмсақ ері жағымды мазмұнды контент таратуға кеңес берді. «Біз желтоқсан айында басталған эпидемия туралы наурызға дейін білмедік, ал денсаулық сақтау министрлігі оған қалай әрекет ету керектігін түсінбеді. Сондықтан біз ақпаратты жариялаудан бас тарттық, өйткені оған қол жеткізе алмадық», – деді сұхбаттасушылардың бірі.

«Жағдай туралы мүмкіндігінше көбірек ақпарат беруі тиіс болған ресми медициналық құрылымдар, өкінішке орай, алғашқы кезде адамдарға барлық жағдайды түсіндіру үшін, инфекцияның өзі туралы да, хаттамалармен жұмыс, жалпы медициналық құрылымдардың жұмысы туралы да түсіндірме жұмыстарын жеткіліксіз атқарды. Сондықтан, барлық сын соларға айтылып, олар халық сенімін тез жоғалтып алды», – дейді тағы бір сарапшы.

Бас редакторлардың бірі үкіметтің байланыс механизмінің әлсіздігін сынға алды: «Заң бойынша таратылып жатқан ақпараттың дұрыс-бұрыстығын анықтау үшін ресми түсініктеме туралы өтініш хат жазылуы керек. Алдымен хат канцелярияға, содан кейін министрге түседі. Жауап кем дегенде үш күнде алынаады. Бұл заңмен бекітілген – жауап 3-7 күн ішінде беріледі. Енді ойланыныз: сыртта пандемия, айнала толған коркынышты қауесет. Ресми жауапты кім күтіп отырады? Қазір берінде смартфон бар, көргенін түсіріп салады. Мұндай ақпаратты біреу тексеріп жата ма? Жамандағаным емес, бірақ мемлекеттік механизм мұндайға дайын емес еді».

## Фейктер мен әлеуметтік желілер

Сауалнамаға қатысқандардың көшілігінің пікірінше, әлеуметтік желілер жалған ақпарат таратуда, бұл үрей туғызатын шындық.

«Егер пайызben салыстырсақ, осы уақыт ішінде әлеуметтік желілердегі ақпараттың тек 5% ғана пайдалы ақпарат болған. Яғни, әрекет етуге болатын жедел ақпарат көлемі. Қалғанының бәрі фейк, жалған. Біз ешқашан әлеуметтік желілерге сілтеме жасамаймыз және ақпарат алмаймыз. Жалпы, сол кезде әлеуметтік желі өзінің ерекше деструктивті рөлін көрсетті», – деді бас редакторлардың бірі. Тағы бір өткір тұжырымдалған жауап: «Мениң ойынша ең қауіпті фейк, коронавирустық инфекция мулдем жоқ, мұның бәрі өтірік деген қауесет. Біз осындағы фактілерге тап болдық, әрине, біз барлығын тиісті мамандар мен спикерлердің көмегімен түсіндіруге тырыстық».

Сұхбаттасушылардың бірі басты проблема дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуметтік желілерде және мессенджерлерде фейктердің таралуына қарсы ештеңе істей алмауында екенин атап өтті. Мұндай қабілет-сіздіктің себебі дәстүрлі БАҚ әрекшеліктері мен әлеуметтік желілердің сипатында жатыр. Мысалы, біріншісінің аудиторияны қамтуы екіншісінә қарағанда аз. Бас редакторлардың

бірі түсіндіргендей: «Газеттер оқырмандарына физикалық тұрғыдан кешігіп келеді, ал ақпараттық сайттарға күнделікті кірушілер саны онша көп емес. Халық әлеуметтік желілердегі бейнелер мен мәтіндік басылымдарда отыр».

### Редакциялардың экономикалық жағдайы

Пандемияға байланысты шектеу шараларының редакциялардың экономикалық жағдайына әсері туралы сұраққа бес сұхбаттасуышының екеуі бұл әсер өте жағымсыз болды деп жауап берді. Тағы екі спикер кері әсері орташа болды деп бағалады. Қатысушылардың біреуі шектеу шаралары редакцияның қаржылық-экономикалық жағдайына әсер етпегенін мәлімдеді. Жауаптардың әр түрлі болу себебі, бас редакторлардың жұмыс орнына байланысты. Теріс ықпалы жоғары деген бағаны бюджеті жарнама мен демеушілерге тәуелді жеке газет-журналдардың қызметкерлері берген. Орташа теріс деп бағалағандар мемлекеттік басылымдардың немесе жергілікті атқарушы билік қаржыландыратын басылымдардың басшылары. Теріс әсер болған жоқ деген қатысушы – екі жеке интернет-басылымның басшысы. Ол мұны қызметкер санының аздығымен және редакциялық бюджеттің резервімен байланысты деп түсіндірді.

Барлық сұхбаттасуышылар өздерінің редакциялары қызметкерлерді жұмыстан шыгармағанын айтты. Біреуінің айтуынша барлық қызметкерлер қашықтықтан жұмыс істеп, тұрақты жалақыларын алғып отырды, ал кейбіреулеріне қосымша ақы төленді, мысалы, пандемияның алғашқы аптасында бақылау бекеттеріне барғаны үшін. Сондай-ақ ол: «Пандемия жарнамага әсер еткен жоқ, өйткені жарнама нарығы ешқайда кеткен жоқ. Егер басылым жақсы болса, онда жарнама да болады», – деді. Тағы бір редактор: «Бізде қыркүйек айына дейін жалақы төлеуге арналған ақша болды, біз төлеуге тырыстық. Ешқандай қысқарту болған жоқ. Бастапқыда қызметкерлермен ақылдасып, егер біз пандемиядан зардал шегіп, жалақыны төлей алмасақ, қыркүйектен кейін енбекақысыз демалысқа шығасындар дедім. Қызметкерлер бұл шартпен келісті».

Респонденттердің жалпы пікірі бойынша пандемия мен карантиндік шектеулер газет-журналдардың тиражы мен таралына кері әсерін тигізген. Олардың бірі: «Вирустың газет қағазында қалмайтыны туралы зерттеулер белгілі болғанына қарамастан, мемлекеттік комиссия, баспа құрал-

дары вирустың тасымалдаушысы болып табылады деген мүлдем қате шешім қабылдады», – деді. Бұл шешімнің қаржылық емес салдары: «Ауру қаупі жоғары егде жастағы адамдар газет алмады. Біз азық-түлік пакеттерін жеткізетін еріктілер арқылы ақысыз газет жіберіп отырдық. Эрине, таралым жаппай азайды».

Газет-журнал дүнгіршектерінің жабылуы да зардал шектірді. «Бөлшек сауда, яғни тірі тираж, біз үшін газетті сатып алған оқырмандар арасындағы біздің өзектілігіміздің белгісі еді», – деді бас редакторлардың бірі. – Яғни, олар үшін бізді Интернеттегі электронды нұсқада оқу жеткіліксіз еді. Осылайша біз аптасына 25 мыңға жуық газет жоғалттық». Сонымен қатар, баспаханалардың жабылуы және тасымалдаудың кешеуілдеуі басылымдарға қатты әсер етті. Респонденттердің бірі: «Кейбір жерлерде көлік қозгалысы тоқтатылған, жету өте қыын болды. Тіпті жақын жерлерге пошта арқылы жеткізу қыын болды. Оқырмандар бізге қоңырау шалып: «Неліктен журналдарыңыз шыкпайды? – деп сұрайтын болды».

### Қызметкерлердің денсаулығын сақтау

Сұхбаттарды талдау көрсеткендей, барлық БАҚ басшылары пандемия кезінде журналисттердің денсаулығы мен қауіпсіздігін сақтау үшін денсаулық сақтау министрлігі арқылы үкімет ұсынған шаралар мен нұсқаулықтарды қабылдады. Бұл бағыттағы басты және әмбебап қадам, қызметкерлердің қашықтан жұмыс істеуге көшуі болды. Менеджерлердің айтуынша, редакцияда ең керекті қызметкерлер ғана қалды. Бас редакторлардың бірі: «Біз кеңсеге кіре берісте қатаң режим енгіздік, барлық қажетті дезинфекциялауши заттар қойылды. Бізде 100-ге жуық шыгармашылық және техникалық қызметкерлер жұмыс істейді. Осы уақыт аралығында қашықтан жұмыс істейтін үш адам ғана жеңіл ауырған», – деді. Алайда, бас редактор басқа жаңалықтар үйімдарында «құмырсқаның илеуіндей» ашық кеңседе барлығымен бірге отырып жұмыс істейтін қызметкерлердің 45%-ы ауырғандығын айтты.

Озін-өзі оқшаулау басталған кезде журналисттер «аптасына жеті күн қарқынды жұмыс істеді» деп түсіндірді бір редактор. Күніне сегіз сағаттан артық жұмыс істегендіктен жаңалықтар үйімі қызметкерлерге жоғары мөлшерлеме төледі. «Бірақ олардың кейбіреулері кеңседе болуы керек еді, – деп түсіндірді редактор, – Бұл баспа басылымы болғандықтан клас-

сикалық дәстүрлі күш-жігерді қажет ететін әдістер қолданамыз». Редакция барлық адамдарды маскалармен, тазартқыштар және басқа санитарлық-гигиеналық хаттамалармен қамтамасыз етті. Денсаулық сақтау саласындағы басқа да шараларына қызметкерлермен және материалдар мен Zoom арқылы жиналыс өткізу, фотосуреттерді редакторларға электрондық пошта арқылы жіберу кірді. Алайда, сұхбаттасушылардың бірі: «Сыртқа шығуға тура келетін кездер болды. Мысалы, 6-7 мектеп оқушысымен мұқабаға суретке түсіріп қайту керек болды. Кездесуде біз бәріміз маска киіп, бірге суретке түскенде масканы бірнеше секундқа төмен түсірдік».

Күрделі материалдық, техникалық, қаржылық және саяси жағдайларда өздерінің күнделікті кәсіби жұмыстарымен қатар, кейбір журналисттер көмекке мұқтаж азаматтарға каржылай қолдау көрсету және азық-түлікпен қамтамасыз ету, сондай-ақ науқас журналистерге сирек дәрі-дәрмек немесе медициналық құрал-жабдықтар сатып алуға көмектесу үшін ерікті ретінде көмек көрсету акцияларына қатысты.

### Алынған сабактар

Кейбір респонденттер, егер олар тамыз айының сонында білгендерін наурыз айында білген болса, пандемия туралы ақпарат беру тәсілін өзгертер едік деп мойыннады. Қатысуышылардың бірі түсіндіргендей: «Менің ойымша, ақпараттық-пайдалы жаңалықтарға ауысуга болар еді. Мен саяси ақпаратты алып таастар едім. Халықаралық тәжірибеге сүйене отырып, халыққа пайдалы бейнематериалдар түсіруге болар еді. Өйткені, бұл пандемия мәселесі ғана емес, ең алдымен гигиена проблемасы... Басқаша айтқанда, мен саяси ақпараттың орнына бейнесюжет болсын, мәтін болсын, көпшілікке пайдалы ақпарат ұсынатын едім».

Тағы бір сұхбаттасуыш үкімет ең алдымен үкімет пен халық арасындағы көпір қызметін атқаратын журналистерге пандемия туралы толық және сенімді ақпарат беруі керек болғанын айтты. «Бұл когамның инфекцияға қарсы құресу қабілетін арттырап еді. Мысалы, ол кезде ешкім қалай емделу керек екенін білмегендіктен адамдар халық емі мен баламалы дәрі-дәрмектерді іздеуге асықты». Бас редактор халық арасында алты алтапалық карантин мен бағаның көтерілуі туралы қауесеттерден кейін саудагерлер жағдайды пайдаланып, зімбір,

лимон және басқа өнімдердің бағаларын көтеріп жібергенін айтты. «Сол кезде БАҚ тұрғындармен байланысты күштейтіп, ауруға қарсы тұрудың жолдарын түсіндіруі керек еді».

Алайда, кейбір респонденттер мәселені жариялауда өздерінің көзқарастарын қорғады. Олардың біреуі былай деп тұжырымдады: «Мениң ойымша, біз мәселені қалыпты және жеткілікті түрде қамтыдық. Барлығы да дұрыс болды, сын да болды, дәрілер туралы біз бұрын да жазатынбыз... Мен әріптестерімнің жұмысының мазмұны немесе сапасында ешқандай өзгеріс байқаган жоқпын». Тағы біреуі былай деді: «Бұл салада ештеңе өзгерген жок ... Менде не істелді, нені өзгеруге болар еді деп айттын сын жоқ. Кәсіби проблемалар бұрын да болған, қазір де бар және күнде шығып жатады, күн сайын әрекет етіп, әмбे бұны кәсіби түрде жасауға тырысуымыз керек».

### Корытынды және тұжырамдама

Зерттеудің нәтижелері коронавирус пандемиясы қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары үшін басым тақырып екенін көрсетеді. Бұл әлі ұзақ уақыт осы қалпында қалады. Алғаш хабарлаудан алынған сабак алда болуы мүмкін дағдарыстар туралы ақпарат жеткізу журналистердің кәсібілігі мен жауапкершілігін арттырады. Сондай-ақ бұл сабактар үкіметке қазіргі және болашақтағы дағдарыстар кезінде баспасөз өкілдері мен халыққа ақпаратты ашық және жария түрде жақсылап ашуға бағыт бере алады.

Журналистердің айтуынша, отандық БАҚ пандемия туралы келіп түскен ақпаратты мүмкіндігінше жан-жақтан қамтуға тырысты. Коронавирус туралы қауесеттер мен жалған мәліметтер аясында тексерілген ақпарат пен білікті мамандардың пікірлері негізінде жасалған сапалы талдау мен кешенді қамту ерекше маңызға ие болды. Сонымен бірге журналистер ақпарат көздерін және хабарлау сипаттарын өздері тандауды, алайда пайдалы, анық және сенімді ақпарат алу проблемасына тап болды.

Зерттеуге қатысуышлар пандемия туралы жалған ақпараттың тарапуына әлеуметтік желілер ықпал етті деген пікірге келді. Сарапышлар әлеуметтік желілер мен мессенджерлер өздерінің ерекше деструктивті рөлін көрсетті дейді. Дегенмен, әлеуметтік желілер журналистерді объективті ақпарат іздеуге итермелеп және оқырмандардың сапалы жаңалықтарға жүгінуіне пайдалы болуы мүмкін деп танылды.

Болашақдағарыстартуралы журналистердің хабар таратуына ықпал ететін маңызды бақылау – дәстүрлі БАҚ әлеуметтік жөнілер мен мес-сенджерлерде жалған ақпараттың таралуын тоқтата алмайды. Қоғамдың азаматтардың ақпарат алу үшін әлеуметтік жөнілерге жүгінуінің басты себептерінің бірі – дәстүрлі БАҚтың мемлекеттік органдардан елеулі кідірістермен келетін ресми ақпаратқа сүйенеуі. Респонденттердің пікірінше, мемлекет пен журналистер арасындағы қолда-

ныстағы байланыс механизмі үкіметке кез келген дағдарыстық жағдайлар туралы ресми жаңалықтарды халыққа жедел хабарлаудың мүмкіндік бермейді.

Ескерткіш: Мақаладағы аталмыш зерттеу жұмысының нәтижелері, сондай-ақ Джордж Вашингтон университетінің (GWU) Еуропа, Ресей және Еуразиялық зерттеулер институтының (IERES) Орталық Азия Бағдарламасында (CAP) 2020 жылы 10 желтоқсанда ұсынылды.

### Әдебиеттер

Вакурова Н.В. (2015). Журналистика в период кризиса: поведенческие модели и приоритеты в освещении (по результатам экспертного опроса). // Вестник университета, (5). – С. 289–293.

Coombs, W. T. (2019). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (5th edition). Thousand Oaks, CA: SAGE.

Fearn-Banks, K. (2017). Crisis Communications: A Casebook Approach. New York: Routledge.

Fink, S. (2002). Crisis Management: Planning for the Inevitable. iUniverse.

Junisbai, B. (2011). «Oligarchs and Ownership: The Role of Financial-Industrial Groups in Controlling

Kazakhstan's 'Independent' Media.» In After the Czars and Commissars: Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia, edited by E. Freedman and R. Shafer, 35–57. East Lansing, MI: Michigan State University Press.

Kurambayev, B., and E. Freedman. (2019). «Ethics and Journalism in Central Asia: A Comparative Study of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, and Uzbekistan.» Journal of Media Ethics 35, no. 1: 31–34.

Lee, T., and J. Bottomley. (2010). «Commentary: Pending Crises: Crisis Journalism and SARS in Australia.» Asia Pacific Media Educator 20: 269–276.

Ulmer, R. R., T. L. Sellnow, and M. W. Seeger. (2017). Effective Crisis Communication: Moving from Crisis Opportunity (4th edition). SAGE.

### Электронды ресурстар

Bisam.kz. (2020). Коронавирус в Казахстане: Новые данные социологического мониторинга. <http://www.bisam.kz/ru/news/222-2020-06-24-13-19-27>

Coronavirus2020.kz. (2020). <https://www.coronavirus2020.kz/ru>

International Research & Exchanges Board. (2019). Media Sustainability Index. <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-full.pdf>

Internews.kz. (2019). Исследование потребностей медиаобщества Казахстана. <https://ru.internews.kz/wp-content/uploads/2020/01/issledovanie-potrebnosteymediasoobschestva-kazahstana.pdf>

Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің ресми ақпараттық ресурсы. (2019). <https://primeminister.kz/ru/inquiries/72>

Қазақстан Республикасының Ақпарат жөнінде көндық даму министрлігі. (2020). [www.gov.kz/memleket/entities/qogam/press/article/details/332?lang=ru](http://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/press/article/details/332?lang=ru)

Liter.kz. (2020). «Позиция Казахстана в рейтинге свободы прессы не отражает реальности – Абаев». <https://liter.kz/pozitsiya-kazahstana-v-rejtinge-svobody-pressy-ne-otrazhaetrealnosti-abaev/>

Reporters without Borders (2020). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/ranking/2020>

### References

Coombs, W. T. (2019). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (5th edition). Thousand Oaks, CA: SAGE.

Fearn-Banks, K. (2017). Crisis Communications: A Casebook Approach. New York: Routledge.

Fink, S. (2002). Crisis Management: Planning for the Inevitable. iUniverse.

Junisbai, B. (2011). «Oligarchs and Ownership: The Role of Financial-Industrial Groups in Controlling

Kazakhstan's 'Independent' Media.» In After the Czars and Commissars: Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia, edited by E. Freedman and R. Shafer, 35–57. East Lansing, MI: Michigan State University Press.

Kurambayev, B., and E. Freedman. (2019). «Ethics and Journalism in Central Asia: A Comparative Study of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, and Uzbekistan.» Journal of Media Ethics 35, no. 1: 31–34.

Lee, T., and J. Bottomley. (2010). «Commentary: Pending Crises: Crisis Journalism and SARS in Australia.» Asia Pacific Media Educator 20: 269–276.

Ulmer, R. R., T. L. Sellnow, and M. W. Seeger. (2017). Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity (4th edition). SAGE.

Vakurova N.V. (2015). Zhurnalista v period krizisa: povedencheskiye modeli i prioritety v osveshchenii (po rezul'tatam ekspertnogo oprosa) [Journalism in a Period of Crisis: Behavioral Models and Priorities in Coverage (Based on the Results of an Expert Survey)]. Vestnik universiteta, (5), 289-293.

#### **Electronic resources**

Bisam.kz. (2020) Koronavirus v Kazakhstane: Novye dannye sotsiologicheskogo monitoring [Coronavirus in Kazakhstan: New data from sociological monitoring] <http://www.bisam.kz/ru/news/222-2020-06-24-13-19-27>

Coronavirus2020.kz. (2020). <https://www.coronavirus2020.kz/ru>

International Research & Exchanges Board. (2019). Media Sustainability Index. <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europeurasia-2019-full.pdf>

Internews.kz. (2019). Issledovanie potrebnosti mediasoobshchestva Kazakhstana [Study of the needs of the media community in Kazakhstan]. <https://ru.internews.kz/wp-content/uploads/2020/01/issledovanie-potrebnosteymediasoobshchestva-kazahstana.pdf>

Liter.kz. (2020). «Pozitsiya Kazakhstana v reitinge svobody pressy ne otrazhaet real'nosti – Abayev.» [Kazakhstan's position in the press freedom rating does not reflect reality – Abaev] April 24, 2020. <https://liter.kz/pozicziya-kazahstana-v-rejtinge-svobody-pressy-ne-otrazhaetrealnosti-abaev/>

Qazaqstan Respwblikasi Premer-Ministriniň resmii aqparattiq reswrsi. (2019). [Official Information Resource of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan]. <https://primeminister.kz/ru/inquiries/72>

Qazaqstan Respwblikasınıň Aqparat jäne qoǵamdiq damw mäniſtrligi. (2020) [Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan]. <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/press/article/details/332?lang=ru>

Reporters without Borders (2020). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/ranking/2020>

**Sh.B. Kozhamkulova**



KIMEP University, Kazakhstan, Almaty  
e-mail: sholpank@kimep.kz

## DIGITAL NEWS AUDIENCE ENGAGEMENT AND WEB METRICS: EXPLORING MAJOR RESEARCH TRENDS

In today's digital era, new audience tracking tools have become available for use by journalists and editors. These digital tools bring both innovations and challenges. The goal of this exploratory literature review is to define the rough contours of the recent trends in research focusing on j-audience engagement metrics.

While journalists have access to dynamic and diverse analytics data, it is not clear what the best way to interpret these data is and how journalists should benefit from using these tools. In this review, using exploratory content analysis, I will map the key research directions and emerging themes in the digital audience engagement studies published within 2013-2018. By no means has this review represented an exhaustive analysis. Instead, it attempts to define some key themes emerging in the research studies that focus on the digital news engagement through the prism of audience metrics.

The findings suggest that when studying audience engagement and web metrics the scholars were particularly interested in four major research topics: a) the impact of metrics on journalism; b) how metrics are produced, interpreted, and used; c) what metrics fail to measure; d) changing power dynamics between news consumers and news producers. The findings of this study will be useful for journalists, news editors and media scholars in understanding the nuanced interplay between web metrics and newsroom decisions.

**Key words:** audience engagement, news engagement, digital news, web metrics, web analytics.

Ш.Б. Қожамқұлова  
КИМӘП Университеті, Қазақстан, Алматы к.  
e-mail: sholpank@kimep.kz

### Ақпараттық БАҚ-тағы аудиторияны тарту және сандық веб-тәлдау: негізгі зерттеу трендтерін талдау

Сандық дәүірде аудиторияны бақылау және өлшеу құралдары көптеген редакциялардың жұмысының ажырамас бөлігіне айналды. Журналистер мен редакторлар веб-тәлдау құралдарын көбірек қолдана бастады. Бір жағынан, бұл құралдар бұқаралық ақпарат құралдарының редакцияларындағы аудиториямен жұмыс істеудің инновациялық тәсілдерін ұсынды. Алайда, аудиторияның белсенділігін өлшеуге арналған бұл цифрлық құралдар көптеген проблемалық мәселелерді де тұдырыды және редакция бөлмелері үшін жаңа дилеммаларды тұдырыды, олар қазір көбінесе талапты және белсенді қоғамның сұраныстарымен санасуға мәжбүр болды. Мақаланың мақсаты – бұқаралық ақпарат құралдарының аудиториясының тақырыбын зерттейтін және оның белсенділігі мен қатысуын сандық көрсеткіштер арқылы өлшейтін ғылыми мақалалардағы зерттелетін тақырыптардың контурын айқындау. Тәжірибе көрсетіп отырғандай, көптеген редакциялар өз аудиториясының белсенділігін өлшеу, «лайк басу», көзқарастарды, «лайктарды» санау бойынша белсенді есеп жүргізеді. Алайда, редакторлар бұл статистиканы қалай қолданатынын немесе бұл статистика журналистерге өз жұмысында қалай көмектесетінін білу әрқашан мүмкін емес. Сондықтан, осы мақаланың мақсаты – 2013-2018 жылдар аралығында жарияланған медиа зерттеушілердің енбектерінде қандай негізгі зерттеу сұрақтары мен тақырыптары зерттелгенін анықтау. Бұл мақала ешбір жағдайда аудиторияны зерттеуге және оның қызметін өлшеуге арналған құралдармен байланысты барлық жұмыстар мен нюанстарды ғаламдық, және мұқият зерттеу деп мәлімдемейді. Керісінше, мақаланың мақсаты – аудиторияның белсенділігі мен сандық көрсеткіштердің жаңалықтар медиасының жұмысына әсерін зерттеген зерттеулерде пайда болатын маңызды тақырыптарды ғана анықтау болып табылады. Талдау көрсеткендей, келесі тақырыптар ерекше танымал болды: а) веб-метрикалардың журналист жұмысына ықпалы; б) веб-метрика нені өлшайді және бұл деректер бұқаралық ақпарат құралдарында қалай қолданылады; в) веб-метрикалардың кемшіліктері мен өлсіз тұстары; г) БАҚ пен аудитория арасындағы динамикалық өзара қарым-қатынас. Осы зерттеудің нәтижелері

журналистерге, редакторларға және медиа зерттеушілерге веб-метрикалардың ақпараттық БАҚ, редакцияларында шешім қабылдауға ықпал ету ерекшеліктерін түсінуге көмектеседі.

**Түйін сөздер:** аудиторияның қатысуы, жаңалыққа қатысу, дижитал жаңалық, веб-метрика, веб-аналитика.

Ш.Б. Кожамкулова

Университет КИМЭП, Казахстан, г. Алматы

e-mail: sholpank@kimep.kz

### **Вовлеченность аудитории и цифровая вэб-аналитика в новостных СМИ: анализ ключевых исследовательских трендов**

В цифровой век инструменты отслеживания и замера активности аудитории стали неотъемлемой частью работы многих редакций. Журналисты и редакторы активнее и чаще стали пользоваться инструментами веб-аналитики. С одной стороны, эти инструменты привнесли инновационные подходы в работе с аудиторией в редакциях СМИ. С другой – цифровые инструменты замера активности аудитории также породили немало проблематичных моментов и новые дилеммы для новостных редакций, которые сегодня вынуждены считаться с запросами требовательной и активной публики. Цель данной статьи – очертить контуры исследуемых тем в научных статьях, которые изучают тему медиааудитории и замеров ее активности или вовлеченности с помощью цифровых метрик.

Как показывает практика, многие редакции ведут активный учет замера активности своей аудитории, подсчитывая «клики», просмотры, «лайки». Однако не всегда удается узнать, как именно данная статистика используется редакцией или как именно данная статистика помогает журналистам в их работе. Поэтому цель данной статьи – выяснить, какие ключевые исследовательские вопросы и темы были изучены в работах медиаисследователей, опубликованных в период с 2013 по 2018 годы. Данная статья не претендует на глобальное и скрупулезное изучение всех работ и нюансов, связанных с изучением аудитории и инструментов замера ее активности. Напротив, автором ставится задача определить лишь новые ключевые темы в исследованиях, которые изучали вовлеченность аудитории и влияние цифровых метрик на работу новостных СМИ. Результаты анализа показали, что следующие темы были особенно популярными: а) влияние вэб-метрик на работу журналистов; б) что замеряет вэб-метрика, как эти данные используются в СМИ; с) минусы и пробелы вэб-метрики; д) динамичное взаимодействие СМИ и аудитории. Результаты данного исследования помогут журналистам, редакторам и медиаисследователям понять нюансы влияния вэб-метрик на принятие решений в редакциях новостных СМИ.

**Ключевые слова:** вовлеченность/активность аудитории, новостные СМИ и работа с аудиторией, цифровые медиа, веб-метрика, веб-аналитика.

## **Introduction**

Digital environments offer countless choices to newsreaders making it almost impossible for editors to predict audience behavior. Web analytics tools offer editors highly detailed audience tracking data. For example, they can monitor the stories with highest and lowest number of views per story on an hourly basis; they can observe how many news visitors transferred from the Social Networks or Google to their news website; they can track what the minimum and maximum engagement time per story is, etc. All these data are dynamic, overwhelming and breath taking. However, the public does not know what «bigger» stories these recorded clicks, scrolls, minutes can tell to: a) editors and journalists; b) audience tracking companies and c) audiences. Therefore, the topic of audience engagement measured via digital metrics becomes one of the trendy concerns of journalism scholars

today. Audience metrics and web analytics opened a new itinerary for doing the research in this field.

The following key observations became evident when searching for the relevant studies that focus on audience engagement in the digital journalism field:

- Audience engagement scholars seem to fail to have a consensus when defining what news engagement is;
- There are different audience tracking companies that offer services to news outlets; each such company uses different methods and tools to track the audiences and therefore offers different packages of data;
- Different tools capture different dimensions of digital engagement and web analytics experts sometimes do not explicitly specify what exactly is being measured;
- Journalism scholars have not yet found one universal way to retrieve meaningful implications from the dynamic data the web analytics software is

producing.

Nevertheless, audience metrics are attracting journalism scholars with diverse research interests, thus are becoming an integral part of quite a few recent news research studies.

### Purpose of the Paper

I explored recent research studies that focus on audience engagement from the perspective of web metrics. My goal is to map key emerging research directions and themes within audience engagement scholarly discourse; describe the ways of how scholars used web metrics in their studies and identify the key recommendations that scholars provide for conducting future studies in audience engagement.

The following research questions guided my literature review:

RQ1: What key themes and contexts related to audience engagement and web metrics did digital journalism scholars investigate within 2013-2018?

RQ2: How do digital journalism scholars' approach «web metrics» to answer their research questions?

RQ3: What key recommendations do digital journalism scholars suggest using when exploring the relationship between web metrics and audience engagement in scholarly discourse?

### Method

metrics listed in the order of publication date.

First, I explored the Google Scholar website and the advanced search option resources offered by the website of the Library of the University of Maryland to find articles that contained the following key words: «audience engagement», «web metrics», «engagement measurement», «digital news», «audience metrics», «digital journalism», «online audience», «clicks», «web analytics». After initial exploration of several articles, I came up with additional search items that: a) combined my initial key words and additional common journalistic terms like «news values», «news preferences», «reading news», «news work», «journalists», «online newspaper», and b) combined the synonyms of my initial key words – «big data», «news use» and «digital news user». I read the abstracts, selected the studies applicable to news engagement for closer investigation and developed a collection of at least 30 most relevant studies. Then I selected the articles that: a) were explicitly relevant to measuring audience engagement; b) were published within 2013-2018; c) were published in a peer-reviewed journal. Two highly relevant articles were added to the pool of my selected articles list (See Table 1) despite the fact that they were not published in a peer-reviewed journal. These were:

- Petre, C. (2015). The traffic factories: metrics at Chartbeat, Gawker media, and The New York Times. Tow Center for Digital Journalism.

**Table 1** – Studies on news audience engagement and digital

Nº	Authors	Title of the article	Title of journal/research center	Year of publication
1	Usher			
	Al Jazeera English online: Understanding web metrics and news production when a quantified audience is not a commodified audience.	Digital Journalism		2013
2	Lee, Lewis, & Powers			
	Audience clicks and news placement: A study of time-lagged influence in online journalism.	Communication Research		2014
3	Petre			
	The traffic factories: Metrics at Chartbeat, Gawker media, and The New York Times.	Tow Center for Digital Journalism.		2015
4	Tandoc Jr.			
	Why web analytics click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics.	Journalism Studies		2015
5	Nelson & Webster			
	Audience currencies in the age of big data.	International Journal on Media Management		2016

6	Dessart, Veloutsou, & Morgan-Thomas	Capturing consumer engagement: Duality, dimensionality and measurement.	Journal of Marketing Management	2016
7	Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok, & Schaper	News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics.	Journalism	2016
8	Hanusch			
	Web analytics and the functional differentiation of journalism cultures: individual, organizational and platform-specific influences on news work.	Information, Communication & Society	2017	
9	Kuiken, Schuth, Spitters, & Marx	Effective headlines of newspaper articles in a digital environment.	Digital Journalism	2017
10	Thomson & Greenwood			
	I «like» that: Exploring the characteristics that promote social media engagement with news photographs.	Visual Communication Quarterly	2017	
11	Incollingo			
	«I'm a news junkie... I like being informed»: Mobile news use by a newspaper's digital subscribers.	Newspaper Research Journal	2018	
12	Kormelink & Meijer			
	What clicks actually mean: Exploring digital news user practices.	Journalism	2018	
13	Nelson	The elusive engagement metric.	Digital Journalism	2018
14	Wang			
	Dimensional Field Theory: The adoption of audience metrics in the journalistic field and cross-field influences.	Digital Journalism	2018	
15	Whipple & Shermak	Quality, quantity and policy: How newspaper journalists use digital metrics to evaluate their performance and their papers' strategies.	International Symposium on Online Journalism (ISOJ) conference paper	2018

Whipple, K. N., & Shermak, J. L. (2018). Quality, quantity and policy: How newspaper journalists use digital metrics to evaluate their performance and their papers' strategies. Paper presented at the International Symposium on Online Journalism Conference 2018.

Finally, I added one more article by marketing scholars (Dessart, Veloutsou & Morgan-Thomas, 2016) from the Journal of Marketing Management that offers a constructive framework that journalism scholars can apply when developing the strategies in investigating the user engagement in digital journalism.

### Procedure

I reviewed the selected studies to examine the key themes and contexts the researchers used to address the audience engagement using web metrics. Second, I examined which aspect of audience engagement

vs. metrics discourse each study focused on. Finally, I explored how researchers applied «web metrics» in their studies and what recommendations they gave for future studies. After reviewing the papers, I summarized the findings and defined the areas for future research.

### Results

After reviewing all the articles, I discovered the following key research themes (RQ1) within audience engagement and web metrics discourse: a) the impact of metrics on journalism; b) how metrics are produced, interpreted and used; c) what metrics fail to measure; d) changing power dynamics between news consumers and news producers. Each key theme includes variation of more specific research questions.

The first theme, «the impact of metrics on journalism,» addresses the following specific sub-topics:

- Impact of metrics on newsroom decision-making (Usher, 2013; Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok & Schaper, 2016; Nelson & Webster, 2016).
- Impact of metrics on audience decision-making (Kuiken, Schuth, Spitters & Marx, 2017; Lee, Lewis & Powers, 2014; Incollingo, 2018).
- Impact of metrics on data tracking companies (Petre, 2015; Nelson & Webster, 2016; Nelson, 2018).

The second theme, «how metrics are produced, interpreted and used,» develops the following specific sub-topics:

- How metrics are used by editors, journalists, users and data tracking companies (Petre, 2015; Tandoc, 2015; Welbers et al, 2016; Hanusch, 2017).
- Patterns of metrics use by journalists (Tandoc, 2015; Petre, 2015; Hanusch, 2017)
- Factors that affect which patterns the journalists adopt (Usher, 2013, Tandoc, 2015; Petre, 2015).

The third theme, «what metrics should measure» captures the following sub-topics:

- What metrics can and should measure (Petre, 2015; Nelson and Webster, 2016).
- What metrics fail to measure (Kormelink & Meijer, 2018; Nelson, 2018).
- Benefits of metrics to newsrooms (Usher, 2013; Petre, 2015).
- Developing the measures (Nelson & Webster, 2016; Hanusch, 2017; Nelson 2018).

Finally, the fourth theme, «changing power dynamics between news consumers and news producers,» includes the following sub-topics:

- Gaps in news preferences of editors and audiences (Usher, 2013; Welbers et al, 2016; Lee et al. 2014).
- Gaps in professional values of journalists and data tracking companies (Petre, 2015; Nelson, 2018).
- Increased role of audience engagement in news gate-keeping process (Lee et al, 2014; Nelson & Webster, 2016; Dessart, Veloutsou & Morgan-Thomas, 2016; Hanusch, 2017).
- Why journalists use metrics (Petre, 2015; Tandoc, 2015; Whipple & Shermak, 2018).
- Theoretical models to explain journalists and metrics relationship (Usher, 2013; Tandoc, 2015; Nelson & Webster, 2016; Dessart et al, 2016; Hanusch, 2017, Wang, 2018).
- Models to define user engagement (Kormelink & Meijer, 2018; Dessart et al, 2016; Hanusch, 2017; Nelson, 2018).

Although each study explicitly focused on two or three key research questions, most of the studied

implicitly touch upon at least two or three questions within the key sub-topics with some nuanced variation.

The scholars in these studies used the following key theoretical frameworks in their examination of the web metrics vs. user engagement dynamic: a) Uses and Gratifications Theory; b) Gate-keeping Theory; c) Social Construction of Technology, and d) Field Theory.

Each study addresses a specific gap (RQ2) in the bigger picture of relationship between news producers and news consumers in exploring the audience engagement recorded by web metrics. The scholars covered important range of research questions starting from how web metrics influences newsroom production and knowledge creation (Usher, 2013); impact of metrics on journalists' emotions and morale; effects of metrics data on journalists' self-validation (Petre, 2015). While some studies aimed to test if there is an impact of metrics on newsroom decision-making, Lee, Lewis and Powers looked specifically at how metrics affect news placement (Lee et al, 2014). Moreover, their findings suggested that audience clicks affected the journalists' decision-making more than journalists affected audience's decision-making in the «who influences whom» web metrics debate.

Tandoc developed this scholarly conversation to another level by exploring the factors that affect how journalists use metrics. He explored how perception of competition, thinking of audiences as a capital, and frequency of analytics use affected the decisions journalists made in using or rejecting web metrics (Tandoc, 2015). Alternatively, Usher explored a unique newsroom in the example of Al-Jazeera, to investigate the impact of news metric on journalists in newsrooms that did not have any economic constraints. She found that institutional culture plays a vital role in shaping how journalists use and understand metrics (Usher, 2013).

Nelson and Webster explored the impact of metrics from the viewpoint of Market Information Regimes, suggesting that certain political challenges control the dynamics of how metrics are operate in today's news market. They suggested that those challenges inevitably divide actors into «winners and losers» game. (Nelson & Webster, 2016). They paid much attention to the questions of what metrics measure or prefer to measure: size of the audience or time the audience spends with news content. The scholars noted that «news engaged time» is harder to measure because of various types of news content; therefore, they predicted that the measures of audience size and composition will dominate in the years to come (Nelson & Webster, 2016, p. 13).

Nelson also investigated how employees of the audience tracking companies understand, interpret and use metrics data to persuade news editors to subscribe to their services (Nelson, 2018). His finding suggest that finding the right pitch to address the journalistic values helps those companies to entice news producers to use more metrics in measuring audience engagement with news.

Finally, the scholars seem to agree with some variation that web metrics alone is a flawed instrument in measuring news engagement. A few studies explore audience engagement via investigating specific contexts and elements of news contents. Thomson and Greenwood looked at how news photographs promote the engagement in Social media environment (Thomson & Greenwood, 2017). Whereas Incollingo (2018) explored how mobile users engage with digital news. Her study introduced new layers of analysis to the overall picture of user engagement.

The third research question that guided my paper was to outline key recommendations that scholars have suggested using when exploring the relationship between web metrics and audience engagement in scholarly discourse.

Below, I outline these key recommendations:

- Pay attention to institutional culture, because it plays important role in shaping how journalists use and understand metrics (Usher, 2013);
- Pay attention to context, strategy and guidance given to journalists when measuring the impact of metrics on newsroom decision-making (Petre, 2015; Usher, 2013);
- Finding the balance between editorial credibility and audience appetites is the key (Usher, 2013);
- Keep in mind that editors and journalists appear to be more influenced by the audience demands than the other way round (Lee et al, 2014);
- Design and explore research studies linking qualitative and quantitative methods (Lee et al, 2014);
- Metrics are more likely to become an integral part of news judgment process (Nelson & Webster, 2016);
- Find ways to combine self-reports of journalists' perceptions and behavior with quantitative methods that reveal sharper and detailed longitudinal outcomes of the relationship between news user behaviors and journalistic decisions (Lee et al, 2014);
- Keep in mind that audience tracking companies have their own values, branding strategies and objectives; news companies should carefully choose analytics companies; sharing common professional values is a plus (Petre, 2015);

– Not everything in news engagement can or should be counted (Petre, 2015);

– News editors and reporters understand, interpret and use metrics differently;

– Using differentiation of levels of influence (individual, organizational and platform-based) is important when measuring the impact of web analytics on journalists (Hanusch, 2017);

– Taking into consideration different levels of audience engagement (emotional, cognitive, behavioral) is important (Dessart et al, 2016; Nelson & Webster, 2016);

– Capturing, identifying, and measuring features of news content (images, videos, headlines, etc.) that generate clicks is an important step in further understanding the user engagement process (Kuiken et al, 2017);

– Clicks are a biased instrument in estimating people's news interests (Kormelink & Meijer, 2018);

– Employees of audience tracking companies are new players in news production process (Nelson, 2018);

## Discussion

Overall, explicitly, or implicitly, the scholars in most of the studies, selected for this paper, have admitted that audience clicks influence the journalism field in multiple nuanced ways. Each study explores this influence using either qualitative or quantitative method or combination of both to confirm this subtle but inevitable impact. The scholars attempted to identify the patterns of this influence via looking at specific items like as dependent variables:

- News placement (Lee et al, 2014);
- News selection (Welbers, 2016);
- Frequency of use of web analytics (Tandoc, 2015);

Several scholars in the analyzed studies have emphasized that journalists are aware of values in using web metrics, however, as Welbers and his colleagues note (Welbers et al, 2016), the journalists are either not aware of the impact of the metrics on them or are reluctant to admit its subtle but powerful influence. Usher (2013) noted that journalists used web metrics because: a) they were curious what metrics numbers mean; b) they wanted to see numbers for «personal validation» (Usher, 2013, p.346).

Each study offers a unique alternative standpoint in understanding the politics behind the metrics. Interestingly, Lee et al. found that time-lagged effect of audience clicks on subsequent news placement by journalists was stronger than the inverse (Lee et al. 2014). This new finding means the influence

between the two camps, news producers and news users, is reciprocal, but journalists and editors do not know yet how to initiate, retain, maximize, or direct audience engagement.

Dessart et al. (2016) suggest a good solution by offering a simple conceptual outline. This conceptual framework will add clarity in defining news engagement in each unique news context or platform. Below are these three distinct dimensions of engagement:

- **emotional engagement** (enthusiasm, enjoyment)
- **cognitive** (attention, absorption)
- **behavioral** (sharing, learning, endorsing)

Dessart et al. (2016) emphasized that because «consumers engage and enter relationships with different foci simultaneously» and «concurrently,» the scholars need to consider multiplicity of engagement foci in a specific context.

Most digital audience metrics record only clicks, time spent on a page, number of views per story. These data do not tell much about how exactly the users were engaged: what is not known who is sitting in front of the computer, what exactly they are reading, how much they are interested in the story they are currently watching. All these questions dominate in the current informal scholarly debate. This fact means journalism scholars are actively and constantly searching for appropriate strategies in interpreting the metrics data to help the journalism community to find the solutions. The number of studies within one given year (at least 6 in 2018), scope (variety of diverse research themes) and the salience of this topic within research debates demonstrates high interest and necessity in solving conundrums created by digital audience metrics.

## Limitations

This study represents a preliminary exploration of key themes in research trends related to news engagement and audience metrics. Several factors

affected the depth of this review: a) lack of agreement between the scholars on defining «audience engagement» made it challenging to compare the findings in more nuanced, precise, and logical way; b) time constraints limited the number of research questions that I could explore; and c) the scope of this review excluded some interesting and important questions for future investigation.

## Conclusions

In this review, I reviewed 15 (fifteen) studies focusing on audience engagement and digital metrics. I identified key themes emerging from these selected studies, explored how each study contributed to the scholarly debate, and outlined the key recommendations that the authors suggested using when investigating this trendy research topic.

Based on my reviewing of the fifteen studies, I developed my recommendations for future research:

- Journalism scholars should develop a structured definition of audience engagement; they need to draw a clear line between the levels of engagement (emotional, cognitive, behavioral);
- Careful approach in measuring and defining the area of engagement is needed; research community must define what engagement they measure (engagement with news topics, engagement with story types, engagement with technology, engagement with news brand, etc.)
- Data analytics companies should develop user-friendly «language» to communicate the dimensions of their digital tools; scholars and journalists should be confident that these digital tools measure what they should measure to render accurate interpretations from these digital data.
- Scholars should experiment using sophisticated research designs to capture and measure today's multi-layered audience engagement; they should explore and find best ways to use metrics for sustaining high standards of journalism in the digital world.

## References

- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2016). Capturing consumer engagement: duality, dimensionality and measurement. *Journal of Marketing Management*, 32(5-6), 399-426.
- Hanusch, F. (2017). Web analytics and the functional differentiation of journalism cultures: individual, organizational and platform-specific influences on newsworthiness. *Information, Communication & Society*, 20(10), 1571-1586.
- Incollingo, J. S. (2018). «I'm a news junkie... I like being informed»: Mobile news use by a newspaper's digital subscribers. *Newspaper Research Journal*, 39(2), 134-144.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300-1314.

- Kormelink, T. G., & Meijer, I. C. (2018). What clicks actually mean: Exploring digital news user practices. *Journalism*, 19(5), 668-683.
- Lee, A. M., Lewis, S. C., & Powers, M. (2014). Audience clicks and news placement: A study of time-lagged influence in online journalism. *Communication Research*, 41(4), 505-530.
- Nelson, J. L. (2018). The elusive engagement metric. *Digital Journalism*, 6(4), 528-544.
- Nelson, J. L., & Webster, J. G. (2016). Audience currencies in the age of big data. *International Journal on Media Management*, 18(1), 9-24.
- Petre, C. (2015). The traffic factories: metrics at Chartbeat, Gawker media, and The New York Times. Tow Center for Digital Journalism. Retrieved from [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/the\\_traffic\\_factories\\_metrics\\_at\\_chartbeat\\_gawker\\_media\\_and\\_the\\_new\\_york\\_times.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/the_traffic_factories_metrics_at_chartbeat_gawker_media_and_the_new_york_times.php)
- Tandoc Jr, E. C. (2015). Why web analytics click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics. *Journalism Studies*, 16(6), 782-799.
- Thomson, T. J., & Greenwood, K. (2017). I «like» that: exploring the characteristics that promote social media engagement with news photographs. *Visual Communication Quarterly*, 24(4), 203-218.
- Usher, N. (2013). Al Jazeera English online: Understanding web metrics and news production when a quantified audience is not a commodified audience. *Digital Journalism*, 1(3), 335-351.
- Wang, Q. (2018). Dimensional Field Theory: The adoption of audience metrics in the journalistic field and cross-field influences. *Digital Journalism*, 6(4), 472-491.
- Whipple, K. N., & Shermak, J. L. (2018). Quality, quantity and policy: How newspaper journalists use digital metrics to evaluate their performance and their papers' strategies. Paper presented at the International Symposium on Online Journalism Conference 2018. Retrieved from <https://www.isojo.org/research/quality-quantity-and-policy-how-newspaper-journalists-use-digital-metrics-to-evaluate-their-performance-and-their-papers-strategies/>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037-1053.

Ibaa Awad 

King Abdul Aziz University, Republic of Sudan, Jeddah,  
e-mail: Ibaa2011@hotmail.com

## THE PRACTICE OF THE MEDIA IN THE LIGHT OF THE MEDIA LEGISLATION IN SUDAN

The article sheds light on the results of a study of the practice and content of legislative regulation of the media in the Republic of Sudan. Its goal is to identify and describe the main characteristics of the model of relations between the state and the media, to determine the level of freedom of journalists of Sudan, the prospects for the development of self-censorship of the Sudanese media sphere. The research method is descriptive and its tools, are content analysis of specific laws, acts and regulations in force for the period of the study and standard interviews with Sudanese media practitioners to allow the author to determine the concept of interaction and mutual influence of the legislative framework on the state of the media sphere of the Republic of Sudan.

As a result of the study, the author concludes that the laws of the Sudanese media do not contain any of the concepts of «freedom of expression», «freedom of access to information». In the media practice of Sudan, there is no such institution as the Ombudsman, an official responsible for communicating with the audience and media professionals in respect of human rights, principles of justice, settlement of complaints. The respondents of the interviews-journalists identified the low level of freedom of the media in Sudan and demonstrated a high level of self-censorship.

The author also formulated fundamental recommendations for improving media legislation, which should take into account the new political realities and changes that have occurred in the country in 2018-2019.

The study of the general practice of legislative regulation of the Republic of Sudan, presented by the author, is also of practical importance, based on which it is proposed to use a system for amending the current legislation, the adoption of new laws guaranteeing real freedom of the media, the realization of the fundamental human right to freely receive and disseminate information. According to the author, the creation of favorable conditions for the unhindered expression of opinions and the receipt of relevant information is a necessary condition for the development of the socio-political sphere of Sudan.

**Key words:** media legislation, freedom of speech, Sudan, self-censorship, human rights.

Ибаа Авад

Король Абдул-Азиз университеті, Судан Республикасы, Джидда к.  
e-mail: Ibaa2011@hotmail.com

### Судандағы БАҚ туралы заңдағы медиа тәжірибе мәселелері

Мақалада Судан Республикасындағы бұқаралық ақпарат құралдарын заңнамалық реттеу практикасы мен мазмұнын зерттеу нәтижелері көлтірілген. Мақсаты – мемлекет пен бұқаралық ақпарат құралдары арасындағы қарым-қатынас моделінің негізгі сипаттамаларын анықтау және сипаттау, журналист еркіндігі деңгейін, Суданның медиа саласын өзін-өзі реттеудің даму перспективаларын анықтау. Зерттеу барысында қолданыстағы нақты құқықтық құжаттардың, заңдардың, актілер мен ережелердің мазмұнына талдау жасалады. Судандық БАҚ қызметкерлерімен сұхбат жүргізу сияқты стандартты зерттеу әдістері мен құралдары авторға өзара іс-әрекеттер мен өзара түсіністік тұжырымдамасын анықтауға мүмкіндік берді. Судан Республикасындағы заңнамалық базаның медиаға ықпалы қарастырылады.

Зерттеу нәтижесінде автор Суданның бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңдарда «сөз бостандығы», «акпаратқа қолжетімділік еркіндігі» үғымдары туралы ешқандай сипаттама немесе түсініктеме жоқ, деген қорытындыға келеді. Сонымен қатар, Судандық бұқаралық ақпарат құралдарының тәжірибесінде адам құқықтары, әділеттілік принциптері, шағымдарды қарau және т.б. мәселелер бойынша қоғаммен және бұқаралық ақпарат құралдарының мамандарымен байланыс орнатуға жауапты адам – омбудсмен сияқты маңызды институт жоқ. Суданда цензура деңгейінің жоғары екенін көрсетті.

Сондай-ақ, автор бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңнаманы жетілдіру бойынша 2018-2019 жылдары елде болған жаңа саяси өзгерістерді ескеретін іргелі ұсыныстар жасады.

Судан Республикасының заннамалық реттеудің жалпы тәжірибесінің авторы ұсынған зерттеудің практикалық маңызы да зор. Соның негізінде қолданыстағы заннамаға өзгертулер енгізу, нақты бостандықта кепілдік беретін заңдардың жаңа басымдарын қабылдау жүйесін қолдану, бұқаралық ақпарат құралдарының, адамның ақпаратты еркін алу және тарату жөніндегі негізгі құқығын іске асyру ұсынылады. Автордың көзқарасы бойынша пікірлерді кедергісіз білдіру және тиісті ақпарат алу үшін қолайлы жағдайлар жасау Суданның қоғамдық-саяси саласын дамытудың алғышарты болып табылады.

**Түйін сөздер:** медиа заннама, сөз бостандығы, Судан, өзіндік цензура, адам құқықтары.

Ибаа Авад

Университет короля Абдула Азиза, Республика Судан, г. Джидда

e-mail: Ibaa2011@hotmail.com

### Медиапрактика Судана в свете законодательства о СМИ

В статье представлены результаты исследования практики и контента законодательного регулирования СМИ Республики Судан. Цель – выявить и описать основные характеристики модели взаимоотношения государства и СМИ, определить уровень свободы журналистов, перспективы развития саморегулирования медиасфера Судана. Исследовательские методы и инструменты, такие как анализ содержания конкретных юридических документов, законов, актов и норм, действующих на период исследования, экспертиза стандартных интервью с сотрудниками суданских СМИ, позволили автору определить концепцию взаимодействия и взаимовлияния законотворческой базы и медиасферы Республики Судан.

В результате проведенного исследования автор приходит к выводу, что в законах о СМИ Судана не содержится упоминания или описания понятий «свобода выражения мнений», «свобода доступа к информации». Участники интервью, журналисты, признавали низкий уровень свободы СМИ Судана и демонстрировали высокий уровень самоцензуры. В медиапрактике Судана нет такого важного института, как Омбудсмен, должностного лица, отвечающего за коммуникацию с общественностью и медиaproфессионалами в вопросах соблюдения прав человека, принципов справедливости, урегулирования жалоб и другое.

Автор также сформулировал основополагающие рекомендации по совершенствованию медиазаконодательства, в котором должны быть учтены новые политические реалии и изменения, произошедшие в стране в 2018-2019 годах.

Практическую значимость имеет также представленное автором исследование общей практики законодательного регулирования Республики Судан, на основании которого предлагается использовать систему внесения поправок в действующее законодательство, принятие новых редакций законов, гарантирующих реальную свободу деятельности средств массовой информации, реализацию основного права человека свободно получать и распространять информацию. По мнению автора, создание благоприятных условий для беспрепятственного выражения мнений и получения актуальной информации – необходимые условия развития социально-политической сферы Судана.

**Ключевые слова:** законодательство о СМИ, свобода слова, Судан, самоцензура, права человека.

## Introduction

It seems that the practice of the media in Sudan is fraught with obstacles, especially the successive governments have been controlling the media practices, with restrictions, such as threats, arrests and censorship that affected journalists and practitioners besides media institutions. These restrictions hampered their performance, and the audience lost their right.

Firstly: the methodology.

A – Study problem.

The problem of this study is in the deficiency of some Sudanese media legislation, in different

historical periods, and its failure to allow the free practices of Sudanese media.

B – The importance of research.

The importance of this study are as follows:

1 – Recognizing the legislations regulating Sudanese media practices.

2 – Recognizing the rights of media practitioners in Sudan.

3 – Being aware of the rights guaranteed by legislation to the audience.

Previous Studies – C

1 – A study conducted by Asma Jalal, on the attitudes of the Saudi media elite towards new media legislation in the framework of social responsibility

theory, for 2019, the study aimed to identify the trends of the Saudi media elite towards new media legislation within the framework of social responsibility theory. The most important finding of the study, that the sample supports the application of new media legislation, and that they think they need to enact regulatory laws for the media process

2 – Regueb Mohamed conducted a study in 2018 on «Audiovisual media of Algeria between legal texts and the requirements of media openness». The study reached the failure to implement the legislation in force, the predominance of punishment and criminalization over media laws.

#### D: The authoritarian theory

This theory is based on that the state has the right to control the nation's affairs and the human being must practice his life under the state. The theory is applied to the Sudanese media system (Makkawi, 2010).

#### E – Questions of the Study

- 1 – Has Sudanese media legislation enacted?
- 2 – Does Sudanese media legislation guarantee the right to obtain information?

3 – Does media legislation protect the rights of media practitioners?

#### F – Method of the Study

This study describes the Sudanese media legislation, which regulates media activity, to analyze media legislation in Sudan.

#### Data Collection Tools of G-

A – The standardized interview with a sample of 40 media practitioners.

B – Content analysis of the media laws within the time frame of the study.

The Temporal and Spatial framework of the study is in 2019.

#### Secondly: Literature Review

This part of the study is concerned with displaying freedom of expression, access to information, and media work and its legislation

#### Freedom of expression and access to information

Freedom of expression is one of the basic rights of citizens and several of other rights such as freedom of peaceful demonstrations, freedom of information gaining and freedom of worship, which have been endorsed by the Universal Declaration of Human Rights in Article 19, which reads: «Every human being has the right to express his or her opinions without harassment» and that «everyone has the right to freedom of expression (Universal Declaration of Human Rights, Article 19).

#### Advantages of freedom of expression

1. Building a generation capable of influencing society: That means young people must be free and courageous, so the fear of expressing an idea

shouldn't lead to fear, to pave the way for the generation in leading the society, and strengthens their role to realize the advancement of the society.

2. Manifestation of ideas, which is a natural outcome of expressing ideas and when freedom of expression is allowed to be exercised, the owners of ideas can submit them to decision-makers, which leads to their embodiment of a reality that changes the course of life.

3. Encouraging acceptance of others and opening doors for dialogue between cultures, which leads to social solidarity.

#### Censorship

The term censorship means the examination and scrutiny carried out by officials, and stopping censorship is considered as one of the basics of freedom of expression, as it is one of the primary rights.

#### Types of Censorship

1. Self-censorship: It is practiced by the media practitioner before handing over the news stuff to the editor-in-chief who amends it.

2. Pre-censorship, which takes place before publishing press or broadcasting materials broadcast by electronic media.

3. Post-censorship, often punitive, takes place after publishing or broadcasting. Controlling the access to information under the pretext of preserving national security, makes the task of media practitioners difficult, especially those who seek to uncover unacceptable officials' practices.

#### Ombudsmen

The term began to be used in Sweden, in 1809, to protect citizens' rights by creating an agency independent of the executive branch. In the United States, it is known as an ombudsman or public attorney responsible for investigating complaints of mismanagement or violation of audience rights (<https://weziwezi.com>). In Europe, the Ombudsman is recognized as a national human rights institution. Its position was created in the 20th century by some countries and international organizations (The American Heritage Dictionary of the English Language (5th ed.), 2014).

#### Sudanese media and legislation

In 1899, British colonialism published a newspaper, which was concerned with publishing new laws and official rules, which was known as Sudan Gazette. It was the first Sudanese newspaper to be published in Arabic and English and followed by another one, which was published in Arabic in 1902, and owned by Lebanese and Egyptians journalists, and it was a pro-colonialist (Khalil, 2014).

The country's first press law was issued in 1930, and newspapers were not allowed to be published without the permission and consent of the colonizer (Magdi, 2019)

While the Sudanese newspapers began their anti-colonial activity, in May 1940 Sudanese radio transmission began in Omdurman city by broadcasting news of World War II.

In the 1990s, local radio stations were established with a local character, besides private and specialized. The radio formed the consciousness of African peoples, including Sudan, and contributed to the development (Mustafa Salah El-Din, 2014).

A year after the May 1969 coup, by Jafaar Numairi, the Sudanese press was nationalized and the press was restricted until the April 6, 1985 uprising. The parliamentary government allowed freedom of the press, and publications increased. However, censorship emerged again with the coup of 30 July 1989, and newspapers were owned by the army and the official spokesman system emerged.

In the nineties of the twentieth century, the government tightened its grip on freedom of expression, and the media practitioners did not have the right of the freedom of expression. Radio and television had listeners and viewers because they shaped the consciousness of the people of Sudan.

When the civil war broke out in South Sudan, warring factions and southern separatist movements established clandestine radio stations targeting Sudanese who lived in Eritrea and Ethiopia to circumvent censorship.

Khartoum satellite channel was established, for collecting television stuff and re-broadcasted to subscribers and when satellite channels were launched with direct broadcast satellites in the 1990s, the competent authorities controlled the delivery of satellite channels to homes by issuing licenses of possession of satellite dishes for direct transmission through the broadcast audience at home. Then there was a breakthrough in dealing with satellite channels at that time, by allowing the establishment of private and specialized television stations. Meanwhile, satellite dishes for live television broadcasting grew and became popular among the affluent in the 1990s. Viewers were able to obtain foreign television programs by subscription.

### **Scientific research methodology**

Firstly: The Press. A follower of the Sudanese press legislation, the Press and Publications, can notice throughout the media legislation journey since colonialism and the first law to regulate the

work of journalism and the press was issued in 1930, then it was amended in 1947. Then the military coup occurred in 1989, which tightened its vest on media then another law was issued in 1993. The Press and Publications Council was established to support pro-government press, and legislation was amended in 1996, 1999, 2000, 2004, 2009 with articles that accuse the media of violation of laws that back the government, if it deviates from the state's line. Then Sudanese media became under government control. These legislations raised problems with the practice of the media and affected Sudan's relations with neighboring countries (Bakhit, 2019).

In 1993, the Press and Publications Law was issued, easing restrictions imposed on newspapers, and allowing «political» newspapers to resume publishing with permission from bodies, including the Press and Publications Council. The introduction of the Internet in the 1990s broadened Sudanese access to information. Nevertheless, the government-maintained control of the media throughout the decade. With the exacerbation of the civil war in the south of Sudan, the government imposed a state of emergency was imposed in 1999, that paved the way for more control over the media. Then it was partially lifted in 2001, but it did not achieve an improvement in the freedom of media practice.

The signing of the peace agreement in 2005 allowed a measure of freedom and independent newspapers were established, however, they were soon controlled and many Sudanese journalists and foreign correspondents were arrested in the first half of 2006. When South Sudan separated in 2011, the media became restricted (Bakhit, 2019).

### **Obstacles hinder press practices in Sudan**

1. All of the press laws in Sudan hindered the practice of Sudanese journalists that, since the issuance of the Press Law for the year to 2019, and press freedom was supportive of the ruling regimes because they formed the media profession to serve the ruling regime and enable it to consolidate its rule and spread its ideology (Hamza, 2019).

2. The presence of newspapers loyal to the ruling regime, and a blind eye to paying taxes, while, France exempts newspapers and media institutions from taxes, and support them according to the French Press Law (Adam, 2019).

3. There is a relationship between the Press and Publications Council and the Security Organ which cooperated to control press work in the country.

4. The press laws are responsible for practicing journalistic activity and criminalize journalists

before the crime is proven. This has led to the restriction of the press, the activation of self-censorship (Bella, 2019).

5. Press legislation intersects with the authority represented in the minister concerned with the media, thus, the authoritarian theory and gatekeeping appears besides pre-censorship of media content.

Secondly: Radio and Television of Sudan. The Sudanese Radio and Television Corporation included Radio and Television, then the radio and television separated into two bodies. This administrative instability caused the instability of the performance policies of the two bodies (Awad, 2019).

Concerning broadcasting, legislation facilitates as much as practicing this activity, and guarantees licensing for the establishment of new satellite channels as well as making them available for the frequency through which they are broadcast, such as the one practiced in the United Kingdom in which the British Broadcasting Corporation worked to regulate media activity, but taxes were imposed on television receiver sets, according to the Telecommunications Law of 2003. The problem is that the content is governed by controls linked to government policies is not balanced (Babiker, 2019).

The private media, such as radio stations, television channels were established, and applied their style and mission. Media laws had no effect on the media message in terms of organizing the content, but the security organ replaced the legislation, and thus the content of the message became judged by its suitability to the government's line, not the legislation regulating rights of the profession and its ethics. Then the era of digital media came and digital media spread, in the absence of legislation that regulates it, and laws are still in the building phase (Bakhit, 2019).

### **Control over radio and television activity**

Working for radio and television depends on concepts set by the Ministry of media. The state restricted the private and public sectors.

#### **Disadvantages of censorship**

1 – The legislation regulating work in the field of radio and television in Sudan is inspired by the state's policy, here is the core of the problem, as the state's policy and its vision are imposed on the media in Sudan, thus they are reflected negatively on the performance of radio stations and television channels and the legal environment.

2 – There are laws for private TV channels that have been issued by the state which suit its policy. A committee was formed known as Committee for Watching Programs, responsible for controlling

non – Sudanese TV programs. It also played the role of gatekeeping over the programs prepared by a specialized working team to meet the state's directives.

3 – There is a tight constriction not on all TV and radio programs imposed by the state, as the authority allowed to deal with specific topics without crossing red lines (according to the state directives). Media practitioners knew that these restrictions are unjustified.

4 – Stopping or suspending programs that are believed to deal with the issues shouldn't be reviewed, for a period of up to three months. On the other level, youth social programs are presented to discuss issues boldly and clearly, but they are superficial and may be described as (sensitive issues), which are presented in other areas such as social media and yellow newspapers, but it cannot be shown on TV.

Thirdly: the Practical Part. A– Content analysis of media laws.

1 – Analysis of the Press Law Of 1930 and the laws that followed.

A – The Press Law Of 1930 amended repeatedly, in the years 1947 – 1948 – 1959, the law amendments focused on facilitating the conduct of journalistic work, such as the legal controls (Bakhit, 2019).

B – A military coup seized power in 1969 and confiscated the press in 1970. In 1971 a decree was issued to give the ruling party the right to own the Sudanese press.

C – In 1973, the Press Law was issued which defined the ownership of the press for the people to run in their name and the Sudanese Socialist Union on their behalf to preserve the people's right to education and enlightenment by the law, the Minister of media monitors newspapers.

D – The amended law guarantees freedom of expression in 1975.

E – Press laws were issued in 1993 – 1996 – 1999 – and were amended in 2000 – 2004 2009. These laws were borrowed from previous laws, the imposition of licensing on newspapers and the right to correct editors, followed by laws of 1405 and 1406 AH, and the controls of issuing newspapers in Sudan, and importing newspapers from abroad besides establishment of news agencies and journalistic service centers.

The law specified that newspapers should be issued by companies by the Companies Law of 1925, which restricts the freedom to publish newspapers. The Press Laws of 1993 and 1996 stipulated that pressure groups and political parties are not allowed to own newspapers.

B – Analysis of laws of radio and television

1 – Sudanese Radio and Television Corporation Act of 2001, which is the law applied during the study period 2019.

A – The Competent Minister intervenes in the usual activities of radio and television, as it issues general directives for this activity so that the Corporation becomes under his supervision and intervenes in this activity

B – The law referred to the state's policies, achievements and community activity that should be known, but the law did not specify these policies and achievements.

C – The law indicated that radio and television

workers receive regular and fair training, but it did not indicate how it is implemented.

D – They indicated the replacement or maintenance of radio and television production equipment but without details.

E – The law specified the authority of the Board of Trustees to approve the general budget and other financial procedures but without details (National Authority for Radio and Television Law, 2019).

2 – Analysis of interviews conducted with Sudanese journalists and media professionals in the year 2019

A – Biodata of the sample members

A – the Sex

**Table 1** – The sex

Percentage	Duplicates	Sex
52,5	21	Male
47,5	19	Female
100	40	Total

– Table No. (1) shows that 52.5% of the respondents of the interview sample of Sudanese journalists and media professionals are males, and 47.5% of them are females. The interview aimed

to know opinions about the position of freedoms granted to them and their rights when performing their duties in the presence of applicable legislation.

**Table 2** - The ages of the study sample

age	Duplicates	Percentage
25– less than 35	1	2,5
35– less than 45	5	12,5
45 -less than 55	13	32,5
55– less than65	15	40
65– more than 65	5	12,5
Total	40	100

According to Table No. (2), which shows the age groups of the members of the interview sample, findings as following:

– 2.5% of the selected interviewees of the Sudanese journalists and media professionals are between the ages of 25 and less than 35 years. 12.5% of both

age groups 35 and less than 45 years and aged 65 years and over. 32.5% of the respondents represent the age group between 45 and less than 55 years old, and 40% of them are between 55 – less than 65 years.

**Table 3** - For the qualifications of the study sample

qualifications	Duplicates	Percentage
BA	5	12.5
Higher Diploma	3	7.5
Master degree	7	17.5
Phd degree	25	62.5
Total	40	100

Table (3), illustrates the qualifications of the sample representing the study, they are as following  
– 62.5% of the sample holders of a doctorate in

media, 17.5% of them hold a master's degree, 12.5% hold a bachelor's degree, and 7.5% are holders of a higher diploma.

**Table 4** - Explains the workplace of the sample of the study

Workplace	Duplicates	Percentage
Newspapers	17	42.5
Radio	6	15
Television	13	32.5
Sudan news agency	4	10
Total	40	100

Table No. (4) shows the place of work that the sample of the study affiliated to, the following:

– 42.5% of the sample work for newspapers,

32.5% work for TV, 15% of them work for Sudanese radio stations and 10% of them work for SUNA

B- Answers to the interview questions:

**Table 5** - Questions were asked to the sample of Sudanese media professionals who participated in the standardized interview

Statement	Agree	%	Strongly Agree	%	Don't Know	%	Disagree	%	Strongly Disagree	%
Media legislation guarantees the right of Sudanese media professionals to have free access to information	6	15			1	2.5	3	5.7	30	75
The media legislation includes the right of the Sudanese media practitioner to express his views	8	20	3	7.5	-	-	4	10	25	62.5
The applied media legislation leads to the practice of self-censorship by the Sudanese media person	27	67.5	5	12.5	5	12.5	3	7.5	-	-
Sudanese media apply laws other than those issued to regulate media activities	21	52.5	16	40	3	7.5	-	-	-	-
There are many censorship bodies over the Sudanese media	10	25	20	50	3	7.5	4	10	3	7.5
Non-media legislation provides for the imposition of taxes and fees on inputs for media in Sudan	5	12.5	-	-	29	72.5	2	5	4	10

Media legislation includes wage guarantee provisions for Sudanese media professionals	5	12.5	-	-	28	70	2	5	5	12.5
Media legislation protects the media person while performing his duty	6	15	-	-	2	5	4	10	28	70
Sudanese media are being suspended from operating under non-media legislation	4	10	7	17.5	20	50	-	-	9	22.5
The legislation guarantees the right of the media person to raise complaints to the Ombudsman					11	27.5	-	-	29	72.5
Media legislation includes the financial aspects that govern media work	7	17.5	-	-	3	7.5	1	2.5	29	72.5
Media legislation includes the media person right to continuous work training	5	12.5	2	5	7	17.5	-	-	26	65
Sudanese media legislation includes the development of media production equipment in Sudan	6	15	2.5	1	19	47.5	-	-	14	35
Media legislation includes the maintenance of media production equipment	6	15	-	-	20	50	-	-	14	35
Media legislation includes the employment of media professionals in the field of media	-	-	-	-	1	2.5	4	10	35	87.5
Media legislation includes kinds of punishment to media person who thought that he violates the route of the state	-	-	-	-	12	30	18	45	10	.25

## Results and discussion

Table No. (5), shows the following:

1. 15% of respondents agree that media legislation includes the right of Sudanese media professionals to have free access to information, 2.5% of them don't know about this fact, and 7.5% do not agree that media legislation indicates the right of media professionals to have free access to information and 75% of them strongly disagree that it points out that the media persons' right to have free access to information.

2. 20% of respondents agree that the media legislation applied in Sudan includes legal articles on the right of the Sudanese journalist to express his views, 7.5% of them strongly agree that the media legislation includes legal articles on the right of the Sudanese journalist to express his views, 10 % of them do not agree with the statement that the media legislation includes legal articles on the right of the Sudanese journalist to express his views, and 62.5% of them do not strongly agree that the Sudanese media legislation includes legal articles on this right.

3. 67.5% of the sample respondents agree that the statement that the Sudanese media legislation leads the Sudanese media to practice self-censorship during his work, and 12.5% of them strongly agree that the Sudanese media practicing self-censorship, the same percentage of them do not know whether the media legislation leads the Sudanese media practicing self-censorship and only 7.5% of them do not agree with the validity of this issue.

4. 52.2% of respondents agree on the conformity of the statement, which is that the Sudanese media apply laws other than those issued to regulate media activities, 40% of them strongly agree with the statement, which is that the Sudanese media apply laws other than those issued to regulate media activities, and 7.5 % of them don't know about this issue.

5. 25% of the sample respondents agree that the phrase referring to the existence of a large number of Sudanese media censorship organs, 50% of them

strongly agree with the phrase referring to a large number of Sudanese media censorship bodies, 7.5% of them do not know about this issue, the same percentage of them strongly disagree with that and 10% disagree with this issue.

6. 12.5% of the sample respondents agree that the statement that indicates the existence of non-media legislation that provides for imposing taxes and fees on the inputs of media activity in Sudan is identical, 72.5% of them do not know this and 5% of them don't agree with the conformity of the phrase indicating the existence of legislation. The non-media provision stipulates the imposition of taxes and fees on the inputs of the Sudanese media activity and 10% of them strongly disagree with this statement.

7. 12.5% of the sample respondents agree on the conformity of the phrase indicating that the media legislation includes articles and clauses that refer to wages for Sudanese media professionals, 70% of them do not know about this issue, 5% of them do not agree with the consistency of the phrase, which is that these legislation contains articles and indicates the wages of 10% of them strongly disagree.

8. 15% of the respondents of the interview sample agree on the conformity of the phrase, which is that the media legislation provides for the protection of the journalist while performing his duty, 5% of them do not know of this issue, 10% of them do not agree with that and 70% of them strongly disagree with the congruence of the phrase, which is that media legislation provides for the protection of the media while performing his duty.

9. 10% of the study sample agree on the conformity of the statement, which is that Sudanese media organizations are being suspended from work according to non-media legislation, 17.5% of them do not agree that the statement matches, 50% of the sample individuals do not have information about that, 22.5% of them strongly disagree with the conformity of the statement, which is that Sudanese media organizations are being suspended from operating under non-media legislation.

10. 27.5% do not know whether the Sudanese media legislation includes the right of the media person to raise his complaints to the Ombudsman, 72.5% of them do not strongly agree that there is Sudanese media legislation that includes the right of the media person to raise his complaints to the Ombudsman.

11. 17.5% agree on the conformity of the phrase, which is that the media legislation includes the financial aspects that run the media work, 7.5% of them do not know that, 2.5% do not agree on the conformity of the phrase, which is that the media legislation in-

cludes the financial aspects of the conduct of media work and 72.5% disagree that the statement.

12. 12.5% of the respondents agree on the conformity of the phrase, which is that media legislation includes the right of the media person to continuous work training 5% strongly agree with that, 17.5% of them do not know this and 65% of them strongly disagree with the conformity of the statement which is that Media legislation includes the right of the media person to continuous work training.

13. 12.5% of the sample agree that the statement, which is that the Sudanese media legislation includes the development of media production equipment in Sudan, 2.5% of them strongly agree that the Sudanese media legislation refers to the development of media production equipment in Sudan, 47.5% of them do not know this issue and 35% of them strongly disagree that the legislation points out to the development of equipment.

14. 15% of the sample respondents agree on the conformity of the phrase, which is that the media legislation includes the maintenance of media production equipment, 50% of them have no knowledge of this, and 35% of them do not strongly agree on the conformity of the statement, which is that the media legislation includes the maintenance of media production equipment.

15. 2.5% of them do not know whether media legislation includes the employment of media professionals in the field of media, 10% disagree, and 87.5% strongly disagree with that.

16. 30% of the sample don't know that Sudanese media legislation includes kinds of punishment to media person who thought that he violates the route of the state, 45% of the sample disagree that Sudanese media legislation includes kinds of punishment to media person who thought that he violates the route of the state and 25% of the sample strongly disagree that Sudanese media legislation includes kinds of punishment to media person who thought that he violates the route of the state.

## Conclusion

This study came because of the urgent need of studying the Sudanese legislation that governs the media activity in the country, especially since this activity is between the hammer of the ruling authority, which subjects these media to publishing what goes with its line to become a trumpet that it uses to reflect its activities and the anvil of gatekeepers who exercise censorship. This study found that media legislation did not preserve freedom of expression or access to information, and there is no Ombuds-

man concerned with raising complaints by the media practitioners and audience. Sudanese media laws don't include kinds of punishment to media person who thought that he violates the route of the state, however media practitioners are punished by other laws such as emergency, civil or criminal laws.

### Recommendations

1 – The importance of enacting media legislation that takes into account the Sudanese political transformations after the 2018-2019 political changes in the country, to change the line of the Sudanese media, and to meet the needs of society and youth.

2 – The need for legislation to ensure that media professionals receive information and news from their sources, inaccessible ways, that take into account the ethics of the profession, when collecting and formulating information besides guarantee their safety from legal accountability.

3 – The necessity for the promotion of legislation of Sudanese media to reach high professionalism, and the importance of media legislation embodying the spirit of innovation and competitive vitality among media.

4 – The necessity of establishing courts for media cases, activating the Office of Grievances Ombudsman and its interest in raising complaints.

### References

- Abdel-Halim Musa Yaqoub (2019), A journalist-academic with a doctorate in journalism. (author's interview).
- Awad Ibrahim Awad (2019) Radio and TV broadcaster – professor of media at universities (author's interview).
- Lamia Bella (2019) A journalist – holds a doctorate in journalism (author's interview).
- Makkawi H., El-Sayed L., (2010) Communication and its Contemporary Theories, 9 Edition, Cairo, The Egyptian Lebanese House, pp. 175.
- Majzoub Bakhit (2019) A journalist – Specialist in Radio and Television – Holds a PhD – Academic (author's interview).
- Muhammad Othman Adam (2019) A journalist – translator – correspondent for the Associated Press (author's interview).
- Mustafa Salah El-Din (2014) Social media sites in Sudan are being widely criticized, and the Communications Commission denies blocking them, Al-Quds Al-Arabi., <http://www.alquds.co.uk/?p=240474>
- Revision of the text of the National Authority for Radio and Television Law for the year 2001.
- Nahed Hamza (2019) Journalist – academic – PhD in Journalism (author's interview).
- Ombudsmän, Riksdagens (2017) Historik. Retrieved: – 19 May.
- Hatem Babiker (2019) A producer – Sudan TV (author's interview).
- Hasan Abdullah Ali Hussein Khalil., (2004) The Journalism Industry in Sudan: Challenges of Reality and Future Prospects, Journal of the Red Sea University, Fifth Issue, pp. 69.
- Sudanese Media – Reality – and Challenges., <https://almezmaah.com/2018/04/10/>
- The American Heritage Dictionary of the English Language (5th ed.) (2014). Boston: Houghton Mifflin Harcourt. Retrieved 10 May 2019., pp. 221-225
- Thoraya Mohamed Ahmed Bakhit (2019) Journalist – who holds a doctorate in media (author's interview).

**Г.Т. Майкотова\*** , **А. Қамидолла** , **Т. Жәнібек** ,  
**К. Мухатаева** , **Н.Б. Есхуатова**

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

\*e-mail: maykotova.galyiya@gmail.com

## **ХАЛЫҚАРАЛЫҚ АҚПАРATTЫҚ КЕҢІСТІКТЕГІ ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ РАДИОХАБАРЛАРДЫ ТАРАТУДЫҢ ТАРИХИ-ДАМУ КЕЗЕҢДЕРІ**

Ғылыми зерттеу мақалада халықаралық, ақпараттық, кеңістіктегі қазақ тіліндегі радиохабарларды таратудың тарихи-даму кезендері жан-жақты қарастырылады. Қазіргі таңда шетелдік БАҚ-тағы радиостанциялардың пайда болуы, қалыптасуы, ондағы қазақ тілді ақпараттардың Қазақстанның саяси-идеологиялық жағдайына әсерін салыстырмалы түрде зерттеудің маңызы зор. Мақалада халықаралық, телерадиокомпаниялар «Би-Би-Си», «Америка дауысы», «Неміс толқынының» қазақ тіліндегі хабар тарату жүйесіндегі тәжірибесіне назар аударып, Орта Азия кеңістігіне жол ашқан «Азаттық радиосының» еліміздің демократиялық жағдайын қалыптастыруға көшбасшы болғандығы дәлелденеді. Халықаралық, ақпараттық, кеңістіктегі қазақ тіліндегі радиохабарларды таратудың тарихи-даму кезендеріне талдау жасалып, басты ерекшеліктері айқындалады.

Мақаланың ғылыми жаңалығы халықаралық радиолардың ұлттық әмбариюның азаттығын қорғау, отаршылдыққа қарсылық таныту жолындағы, сондай-ақ ұлттар бостандығы мен демократиялық қоғамның жаһандық трансформациялық қызметіне функционалдық талдау жасау болып саналады.

Кеңес өкіметі жылдары қазақ тілінде хабар таратқан Қытайдың Бейжин, Шыңжан радиостанцияларының ақпараттарының қоғамдық-саяси мазмұнын ашудағы әдіс-тәсілдеріне баға беріледі. Сонымен қатар Монголияның Баян-Өлгей аймағы, Иран және Түркия, Ресей, Өзбекстан және Қыргызстан елдерінің қазақша хабарлары ғылыми түрғыда сараптаудан өткізіледі.

«Түркия үнінің» жергілікті FM радиоарнасындағы қазақ тілінде жүргізілетін радиохабарларының тарату жүйесі зерттеледі. Халықаралық радионың өз аудиториясына жақын болу үшін әфирдің жергілікті ақпараттарын арттырудың мақсатына назар аударылады. «Түркия үні» радиосының қазақша редакциясының Қазақстан туралы ақпараттарының ерекшеліктері сипатталады.

Мақаланың негізгі нәтижелері мен түжірымдары – халықаралық, ақпараттық, кеңістіктегі қазақ тіліндегі радиохабарларды таратудың Қазақстанның әлемдік деңгейдегі имиджін арттырудың жетістіктерін айқындау. Халықаралық ақпараттардың дамуы еліміздің демократиялық жағдайын нығайтуға, Қазақстанның әлем алдындағы беделін көтеруге тікелей әсер ететін болғандықтан, оның теориялық-тәжірибелік және қоғамдық даму үрдістерін зерттеу көзінде қарастыру қажет. Мақалада халықаралық, ақпараттық, кеңістіктегі қазақ тіліндегі радиохабарларды зерттеудің ғылыми-түжірымдары оның тәжірибелік құрылымын сұрыптау, талдау, синтездеу әдіс-тәсілдері арқылы жасалады.

**Түйін сөздер:** Шетелдік радиолар, «Азаттық радиосы», «Түркістан» редакциясы, Шыңжан радиосы, «Түркия үні» радиосы.

G.T. Maykotova\*, A. Kramidolla, T. Zhanibek,

K. Mukhatayeva, N.B. Eshuatova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

\*e-mail: maykotova.galyiya@gmail.com

### **Historical and development stages of Kazakh-language radio broadcasting in the international information space**

The research article discusses in detail the historical and development stages of radio broadcasting in the Kazakh language in the international information space. Today it is important to make a comparative study of the emergence and formation of radio stations in foreign media, the impact of Kazakh-language information on the political and ideological situation in Kazakhstan. The article draws attention to the experience of international broadcasters such as the BBC, Voice of America, and German Wave in the

Kazakh-language broadcasting system, and argues that RFE / RL, which opened the way to Central Asia, was a leader in shaping the country's democracy. The historical and development stages of radio broadcasting in the Kazakh language in the international information space are analyzed and the main features are identified.

The scientific novelty of the article is the functional analysis of international radio in the protection of national emigration, resistance to colonialism, as well as the global transformation of national freedom and democratic society. The methods of revealing the socio-political content of the information of Beijing and Xinjiang radio stations in China, which broadcast in the Kazakh language during the Soviet era, will be evaluated. In addition, Kazakh broadcasts from the Bayan-Ulgei region of Mongolia, Iran and Turkey, Russia, Uzbekistan and Kyrgyzstan will be scientifically analyzed. The Kazakh-language broadcasting system of the local FM radio channel «Voice of Turkey» will be studied. Attention is paid to the purpose of international radio to increase the local content of the broadcast in order to be closer to its audience. Features of the information about Kazakhstan in the Kazakh edition of the «Voice of Turkey» radio are described.

The article presents the scientific conclusions of the study of radio broadcasts in the Kazakh language in the international information space through the methods of selection, analysis, synthesis of its practical structure.

**Key words:** Foreign radios, «Radio Liberty», «Turkestan» editorial office, Xinjiang radio, «Voice of Turkey» radio.

Майкотова Г.Т.\* , Камидолла А., Жанибек Т.,

Мухатаева К., Есхутова Н.Б.

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

\*e-mail: maykotova.galyiya@gmail.com

### **Историческое развитие этапов распространения казахскоязычных радионовостей в международном информационном пространстве**

В научно-исследовательской статье рассматриваются основные этапы распространения радионовостей на казахском языке в международном информационном пространстве. На данный момент важно провести сравнительное исследование появления и становления радиостанций в зарубежных СМИ, влияния казахскоязычной информации на политическую и идеологическую обстановку в Казахстане. В статье обращается внимание на опыт международных новостных компаний, таких как BBC, «Голос Америки» и «Немецкая волна», в системе вещания на казахском языке и утверждается, что «Радио Азаттық», открывшее путь в Центральную Азию, является лидером в формировании системы вещания и демократии в стране. Проанализированы исторические этапы развития казахскоязычного радиовещания в международном информационном пространстве, выделены основные составляющие.

Научная новизна статьи – проведение функционального анализа международного радио в сфере защиты национальной эмиграции, сопротивления колониализму, а также глобальной трансформации национальной свободы и демократического общества.

Проводится оценочный анализ метода раскрытия социально-политического содержания информации радиостанциями в Пекине и Синьцзяне КНР, вещавшими на казахском языке в советские годы. Кроме того, сделан научный анализ казахских передач из Баян-Ульгейского района Монголии, Ирана, Турции, России, Узбекистана и Кыргызстана.

Исследуется казахскоязычная система вещания местного FM-радиоканала «Голос Турции». Уделяется внимание цели международного радио – увеличить объем содержания новостей местного вещания, и таким образом быть ближе к своей аудитории. Описаны особенности информации о Казахстане в выпуске радио «Голос Турции» на казахском языке.

Основные результаты и выводы – авторы статьи провели анализ радионовостей на казахском языке, распространяемых зарубежными радиостанциями, ориентированными сначала на население Советского Союза, а в настоящее время на общество постсоветского пространства. Также проведен сопоставительный анализ разных, но в то же время схожих международных радиовещательных компаний, целью которых являлось донести правду до советского народа, подвергшегося идеологической обработке со стороны авторитарной власти компартии XX столетия.

В статье представлены научные выводы исследования радиопередач на казахском языке в международном информационном пространстве методами отбора, анализа, синтеза его практической структуры.

**Ключевые слова:** зарубежные радиостанции, «Радио Азаттық» («радио Свобода»), редакция «Туркестан», радио Синьцзян, радио «Голос Турции».

## Кіріспе

Қазақ тілінде халықаралық хабар тарату жүйесі саяси жағынан өткір насыхат құралдары ретінде алғашқы әлемдік радиостанциялар арқылы қалыптаса бастады. Сыртқы хабарлардың мақсаты – шекарадан тыскары орналасқан елдердің мақсат-мұдделерін жүртшылықпен таныстырып, қоғамдық пікір тудыру болды. Әлемдік масштабта сенім атмосферасын тудырып, мәдени диалогтың қарым-қатынас әдістерін жетілдіруге үлес қости.

Америкалық ғалым Поль Лайнбарджер 1950 жылы жазған өз еңбегінде: «Радио – идеологиялық жағынан ықпал ете алатын ең басты БАҚ құралы. Радионы кез келген жерде тындағы аласын. Бір жағынан миллиондаған халыққа ақпарат жеткізуін ең арзан құралы екендігі шүбесіз», – деген пікір білдіреді.

Ғалымның пайымдауынша, халықаралық радиостанциялардың пайда болуы елуінші жылдары дүниежүзінде «қырги-қабақ соғыс» кезеңіне тұспа-тұс келді. Соңықтан шетелдердегі радиоакпараттарды тарату ісін зерттеу мәселесін «қырги-қабақ соғыспен» байланыстырмай баға беру мүмкін емес. Себебі, сыртқы хабарларды жеткізу кезінде радиоакпараттарды басым көшпілігінде «жау бейнесі» көрініс табады (Omašev N, 1992: 304).

Халықаралық радиотарату ісі соғыстан кейінгі жылдары, ең алғаш 1946 жылы Би-Би-Сидің орыс тіліндегі хабар таратуынан бастау алады. 1947 жылы «Америка дауысы» мен «Неміс толқыны» хабар таратса, 1953 жылы «Азаттық радиосы» ақпараттық кеңістікке жол тартты. «Азаттық» радиокорпорациясының ашылу себебі, 1951 жылы 8 ақпанды Америка Комитетінің Ресей халықтарының құрамындағы ұлттық эмиграцияның азаттығын қорғау мәселесіне байланысты болды. Орталығы Нью-Йоркте орналасқан Комитеттің тұнғыш президенті, Юнайтед Пресстің мәскеулік тілшісі, «Ридерс дайджес» газетінің аға редакторы Юджин Лайонс атқарды. Сонымен қатар «Тайм» журналының вице-президенті Алмен Гровер, Гарвард университетінің профессоры Уйльям Эллиот комитет құрамына журналист ретінде кіреді (Baymolda D., 2012: 307).

Профессор Н. Омашевтің зерттеулеріне сүйенсек, 1951 жылы 7 қарашада Комитет баспасөз үшін шұғыл мәлімдеме таратады. Кеңес Одағынан шыққан он бір эмигранттың бесеуі – орыс ұлтынан, алтауы басқа ұлт өкілдерінен құрылғып, Кеңес Тәртібін құлатуды жүзеге асыру

мақсатын көздейтіндіктерін жариялады. Бұл шешім Германияда өткен конференцияда дәл осы жылы қабылданады. Кеңестік билікке қарсы бағытталған мұндай саяси күрестер бұған дейін де бірнеше рет ұйымдастырылған болатын. Бірақ нәтижесі сәтсіз болған. Себебі большевиктік диктатурадан азат ету мақсатын көздеген орыс, грузин, беларус, армян, азербайжан, солтүстік Кавказ, Түркістан халықтары коммунистік диктатураны жойып, өз тағдырларын демократиялық жолмен жалғастыру және коммунистік құлдықпен құреске шақыруды үндейтінін жеткізеді. Бұл үндеуді қолдаған Америкалық Комитет басшысы Юджин Лайонс Висбаден конференциясында бұл мәлімдемеге «орасан маңызы бар тарихи оқиға» деген баға береді. Кейін Комитет басшылығы АҚШ-тың КСРО-дағы бұрынғы елшісі, адмирал Алан Г. Керктиң қолына ауысады. Осы тұста жаңа басшылық радио жөнінде комиссия құрып, оның редакциялық алқасын жасақтайды. Бірнеше редактор, журналист, директорлар жұмысқа қабылданады. Радиостанцияны қаржыландыру да Комитет арқылы жүзеге асады.

Бұл жөнінде профессор Н. Омашев: 1953 жылы «Большевизмнен азат ету» радиосы алғаш эфирге шыққанда 2 антенна, 10 кВт қысқа толқынды 2 хабар таратқыш болған», – деп жазады. Сонымен орыс тіліндегі хабарлар тәулігіне 12 сағат ақпарат беріп отырған. Кейін Орта Азия мен Қазақстан аумагына да радиохабар тарату мүмкіндігі пайда болады. Түркі тектес халықтардың «Түркістан» деп аталатын радиосы осы тұста ашылады. Оны алғаш басқарған Қарыс Қанатбай Орта Азия мен Қазақстан үшін бір редакциядан ақпарат таратуға қол жеткізеді. Түркі тектес халықтардың бір ақпараттық орталыққа бірігуінен отаршылдыққа қарсылық таныту, ұлттар бостандығы мен теңдігі үшін құресінің айқын көрінісі ретінде бағаланады. Эмигранттардан құрылған халықтар өзара ынтымақтаса отырып, бірлесе қимыл танытқанын көрсетті. «Түркістан» редакциясында алғаш бес адамнан тұратын ұжымда 1 қазақ, 1 өзбек, 1 түркімен, 1 қырғыз, 1 қарақалпақ өкілі хабарлар даярлау ісіне кірісті. Соңықтан «Түркістан – 1», «Түркістан – 2», «Түркістан – 3» деп аталатын бөлімдермен қоса «Қазақ бөлімшесі» қазақ тілінде ақпарат таратса бастайды.

АҚШ Конгресінің қаржылық жағынан көмектесуімен «Азат Европа», «Азаттық» радиостанциясы, Шығыс Европа мен Батыс жағалауы елдері, соңдай-ақ бұрын Кеңестер құрамындағы республикаларға 23 тілде хабар

жеткізіледі. Тыңдармандар саны 53 миллионға жетіп, халықаралық дәрежедегі ақпараттар көңістікке тез тараң кетеді. Бірақ 70 жылдан кейін «Азат Европа» мен «Азаттық» радиостанциялары Орталық Барлау басқармасымен тығыз байланыста қызмет атқарады. Бұған дейін радиоларды қайырымдылық қорлары мен меценаттар қаржыландырады деп айтылып келді. Кейін радиостанциялар қоғамдық қаржыландыру үйимдарына өтіп, оған сенатор Уильям Фулбрайт төрағалық етеді (Омашев Н, 1992 а: 308).

### **Зерттеудің өзектілігі**

Қазіргі таңда әлемде қырыққа жуық мемлектеге 5 миллионнан астам этникалық қазақтар өмір сүруде. Олар өзінің ата-жұртты жайында мәліметтерден хабардар болу үшін 1992 жылғы Дүниежүзі қазақтары қауымдастырынын көмегімен түрлі мәдени байланыстар жасайды. Әсіресе, қазақ халқының тілі мен ділі жайында, әдебиеті мен мәдениетінен радиолар арқылы ақпараттарды тез арада алыш отырады.

2011 жылы Дүниежүзі қазақтарының IV Құрылтайында Елбасы Назарбаев «Қазақстан – дүниедегі әр қазактың қастерлі құбыласы» атты баяндамасында кез келген қазақ баласы дүниенің қай бұрышында жүрсе де өзінің тұтас халқының бір бөлшегі екенін естен шығармаганы жөн екенін айтты. Сондықтан қандастарымызға ұлттық өнеріміз бен мәдениетімізден хабардар болып отыруына ықпал етуіміз керек екендігін жеткізді. Қандастарымыз тұрақтаған аймақтарда ұлттымыздың аса құнды ескерткіштері мен жәдігерлері сақталған. Осы тұста Елбасы ҚР Білім және ғылым министрлігі мен Мәдениет министрлігіне құнды деректер мен мұраларды жинастыруды тапсырды. Қазақтардың әдебиеті мен өнері жайында Ресей, Монголия, Өзбекстан, Түркіменстан сияқты қандастарымыз тығыз орналасқан елдерге зерттеулер жүргізілді.

Мәселен, Мұхтар Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институты 2012-2014 жылдарға арналған «Шетелдегі қазақ әдебиеті мен өнері» атты бағдарламасын бекітіп, дүниежүзі қазақтарының әдебиеті мен өнері турасында іргелі ғылыми монографиясын жарыққа шығарды. Бағдарлама аясында кешенді ғылыми экспедиция Ресейдегі Самара, Астрахань, Өзбекстандағы Ташкент, Бұхара, Самархан қалаларында болып, ұлттық фольклорлық мұралар мен ауызша әдебиет үлгілерін жинастырып қайтты.

Монголияга бағытталған экспедициялық жұмыс тобының қазақтар көп шоғырланған

Баян-Өлгий аймағында тұратын кісілердің аузынан жазып алынған бірнеше қара өлең, жоқтау, сыңсу, қисса-дастандары жинақталып кітап болып басылып шықты. Телерадиохабарлардың бірінде «Жорға аю» биі туралы айтылып, оның шығуы жайында аңыздар айтылды. «Жорға аю» биі күймен бірге орындалып, қазіргі қазақ қандастарымен бірге өмір сүріп келеді. Қандастар арасында «Жорға аю» бінің шеберлері Зұлхарнайын Бекбайұлы, Уатхан Имаммахмұтұлы, карт ана Самалхан Марданқызы қазақтың халық мұрасын жеткізушилер болды. Қазақстандық зерттеушілер халық арасына әлі де кең тарала қоймаған жұмбак өлеңдерді жазып алады.

1990 жылдары Түркияның мәдениеті мен өнері деген бағдарламасында шетелдік қазақ тілшісі Әбдул Қайымның Қазақстанның экономикасы, саясаты, мәдени жетістіктері туралы радиоакпараттары таратылады. Ал 1991 жылдың 25 қыркүйегі күні «Қазақ радиосының» «Ұшқын» атты жастарға арналған бағдарламасында Мұстафа Шокайдың 1936 жылды Берлиннен сөйлеген сөзі беріледі. Оны дайындаған «Азаттықтың» тілшісі Қиял Сабдалы болатын. Хабарда шетелдік қандастарымыз тек қана шындық жолындаған әдебиеттің жеткізді.

### **Зерттеудің мақсаты мен объектісі**

Қазіргі таңда шет мемлекеттерде өз тілшілерімізді ұстau арқылы ақпараттарымызды өзіміз жинап, өзіміз әзірлеуіміз қажет. Осы ретте профессор Намазалы Омашевтың пікірлеріне сүйенсек, жаһандану жағдайындағы ұлттық мұдде мен ұлттық көзқарастан айрылып калу қаупі де жоқ емес екендігі белгілі. Қазіргі ақпараттық тасқынның әсері әлсіздерді жағаға ысырып тастауға дайын тұр десек болады. Егер ақпарат тарату тізгінінен айрыылсақ, ұлттық қаймағымыз бұзылып, рухани дүниемізден қол үзіп қаламыз. Қиялымыз да «тобырлық мәдениеттің» шырмауына түсіп, ана тіліміз шұбарланады, діліміз бен ажарымыз тозады. Осы тұста қазіргі қоғамдағы журналистің ролінің арта тұсуы аса маңызды болып отыр. Түйткілді мәселелерді ақпарат алмасу арқылы ғана шеше алатынымызды түсініміз қажет. Осыған орай радиотілшілердің жауапкершілігі де арта түседі.

XXI ғасыр заманауи радиожурналистердің алғырылығын талап етеді. Сонымен қатар арпалысқан ортада өз көзқарасын дәлелдей, айтқанын болдыратын, ойын батыл айтып, ашық корғай алатын қайсар мінезді, ұлттың шексіз сүйетін

тұлғағана журналист болуға лайық. Журналистиң басты қаруы терең білім болғандықтан ол үдайы ізденіс жолында болып, білгенін одан ері жетілдіріп отыруы тиіс. Сондай-ақ шығармалық тұлға сөз иесі ері еңбеккор болғаны ләзім. Журналистиканың ыждағатты тәжірибе арқылы қалыптасып, оның кәсіби шеберлігі уақыт тезінен өтіп шындалатын, шынығатын мамандықтардың бірі екендігін ұмытпаған жөн.

Қазіргі таңда Қазақстанда Ресей БАҚтың экспансиясы күшейіп тұрғанын аңғаруга болады. Көрші Ресей мемлекетінен келген газет-журналдар мен кітаптар елімізде еркін таралып, үлкен сұранысқа ие болып отыр. Сонымен қатар олардың жетекші телевизиясы мен радиоарналарының да Қазақстан аумағын қамтып отырғанын байқауга болады. Рунеттің ақпаратын тұтынушылар қатары жылдан жылға өсіп келеді. Қазақстан мен Ресей арасындағы екі жақты ынтымақтастық жағдайлар тек мәдени жетістіктер арқылы ғана ұтып отырған жоқ. Мысалы, ресейлік кәсіпкерлер Қазақстанга өз өнімдерін өткізу арқылы табыс тауып, әсіресе, оны жарнамалаудан қомакты табысқа ие болып келеді. Олармен бәсекелестік бағытта біздің ұлттық БАҚ-та дамып, кәсіби біліктілігін жетілдіруге үлес қосуда. Ресей мемлекетімен бірге еліміздің ақпарат кеңістігінде басқалардың да үлесі бар екендігін айқын аңғаруга болады. Олардың алдыңғы қатарында бірінші «Азаттық» радиосының Қазақ қызметі бой көрсетеді. Радионы АҚШ Конгресі қаржыландыратын болғандықтан ақпараттық холдинг әлемнің бірнеше елдеріне ана тілінде хабар таратады. Ал «Азаттық» қазақ тілінде хабар таратуы 70-інші жылдары бастаған болатын. Кеңестер одағы кезінде ол біржақты ақпараттық саясатты ұстанып, кейіннен демократиялық қоғам құруға көмектесеміз деп жар салды. Бүгінге дейін бейтарап саясатты ұстанамыз десе де, түптеп келгенде өз мұддесіне бағынышты екендігі аңғарылып қалады, сондықтан батыстағы ірі қаржылық және саяси топтардың мұддесін көздейтіндіктері айқын көрінеді. Олар объективті, шыншыл хабарларды таратуға тырысқанмен, саяси топтың сойылын соғуға мұдделі болып саналады. Қазіргі таңда «Азаттықтың» хабарларын Қазақстан еркін тындағы алады.

Шетелдегі ақпарат даярлау технологиясы жағынан қалыптасқан дүниежүзілік ірі медиа-орталықтардың бірі – ағылшынның Би-Би-Си. Оның қазақ тіліндегі хабарлары алғаш рет 1996 жылдың 6 маусымынан бастап таратыла бастады. Би-Би-Си 43 тілде хабар тарататын болғандықтан

Дүниежүзілік қызметтің құрамына кіреді. Қазақ тілді хабарлардың негізі 1932 жылы қаланды. Ал 2003 жылдың 27 қазанынан бастап, оның қазақ тіліндегі қызметі қайтадан жандана бастайды. Оның жаңалықтар бюллетенін әзірлеп, дүниежүзіндегі өзекті мәселелер бойынша сарапшылар мен саяси қайраткерлермен сұхбат құру жұмыстарымен айналысады. Ағылшын тілін үйренушілерге радиосабактар жүргізеді. Лондондағы Орталығында Астана, Алматы, Ташкент, Мәскеу қалаларынан жұмысқа келген стрингерлер қызмет істейді. Қазақстанда Би-Би-Си-дің Қазақ қызметінің хабарларын қысқа, орта және УКВ толқындарынан тындауға болады. Би-Би-Си қоғамдық арна болғандықтан оны интернет арқылы тындау мүмкіндігі мол. Оны мемлекет тарапынан қаржыландыру және басқару жүзеге аспайды. Басты табысы жарна төлейтіндердің төлемі мен жарнамадан түседі. Сонымен қатар ақпараттық бейтараптық сакталғандықтан саясат пен экономика мәселелері терең сарапталады. Оның таратқан ақпараты аудитория үшін сенімді. Дүниежүзіндегі беделге ие корпорация болғандықтан оның ақпараттық саясаты мен қауіпсіздік мәселелері айқын коргалады (Graham M., 2011: 33). Қазіргі таңда санаға манипуляция жасау, қоғамдық пікірді бұрмалаушылық, үкіметтік көзқарастарды тану сияқты құбылыстар байқалып отыр. Сондықтан БАҚ ірі қаржы топтары мен белгілі олигархтардың қолына шоғырланып, қолшоқтарына айналу үстінде. Қазақстанда да қоғамдық телерадиохабар тарату мәселесінде де шешілтуге тиіс проблемалар жетерлік. Бұл жағдайда оның қаржылық дербестігі қамтамасыз етілуі маңызды болмақ. Радиолар қоғамдық негізде басқарылғандықтан оған әр түрлі әлеуметтік топ пен зиялы қауым өкілдері енеді. Шешім көпшілік мұддесі тұрғысынан қабылданады. Қоғамдық прогрессе ықпал етіп, жаңалықтарды таратуға, мәдениетті көтеруге, білім беруге бағыт береді.

Елімізде қазақ тілінде шетелге хабар тарататын арналыар мен редакциялар жұмыс істеді. Шет мемлекеттердегі қазақтар үшін «Шалқар» радиостанциясының шығармашылық ұжымы айырықша болды. Оның ақпараттық-музыкалық арнасы кезінде Қытайға, Моңғолияға, Өзбекстанға, Қыргызстанға таратылып болды. Сонымен қатар Украинада күшейткіштер арқылы Еуропаға радиохабарлар таратылып, өз аудиториясын қалыптастырып үлгерді. Нарық заманы түғанда ол жабылып қалып, қайтадан ашылады. Оның хабарлары Алматы аймағына да таратылып болды. Бірақ, шет елдерге хабар жеткізетін қуаттары әлсіз болды.

1966 жылы «Шалқар» ұлттық арнасы эфирге түнғыш рет шығып, журналистік мектеп пен бай дәстүрдің шежіресін қалыптастырыды. Радиожурналистердің кәсіби шығармашылығы, інжү-маржан туындылары мен гауһар дауыстары тарих қойнауына жөнелтіліп, «Алтын қорда» сақталып қалды. Дегенмен, бүгінгі таңда да эфирлерден сол жылдардың «Алтын қорында» сақталған жазбалары беріліп тұрады. Себебі бұл жауһар хабарлар әлі де өзектілігін жоғалтқан жоқ дег саналады.

Бұл жөнінде профессор Намазалы Омашев: «Шалқар» – Қазақ радиосының ажырамас болігі, өзі шаңырағы болса, соны ұстап тұрған қабырғасы мен іргесі. Қазақстандағы радио тарихына қатысты еңбектерде ғалымдар «Шалқарды» айналып өтпейді. Ол ұлт тарихының алтын қазынасы», (Omašev N., 2007 a: 134) – дейді.

### **Зерттеудің ғылыми-теориялық базасы мен әдістері**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті жаңындағы Журналистика мәселе-лерін зерттейтін институттың зерттеулері бойынша жарыққа шыққан еңбектерде шетелдердегі қазақ тілді радиохабарлар кеңінен қарастырылып зерттелді. Атап айтқанда А. Бейсенқұлов, К. Қабылгазина, Р. Нуриден, Ж. Әbdіжәділқызы, О. Ошановалардың ғылыми зерттеулері шетелдік радиостанциялардың Қазақстанға таратқан ақпараттарын сараптап талдауга құрылады.

Кеңестік заманда тек Қытайдағы өзінде қазақ тілінде хабар тарататын екі радиостанция жұмыс істеді. Бейжин және Шыңжан радиостанцияларында, сонымен қатар Монголияның Баян-Өлгей аймағында, Иран және Түркия елдерінде қазақша хабарлар таратылып тұрды. Ресей, Өзбекстан және Қыргызстаннан да қазақ тілінде хабарлар беріліп тұрды (Baymolda D., 2012 b : 309).

Бұл жөнінде халықаралық радио тарихын зерттеуші, ғалым Д. Баймольда: «Шыңжандағы халық радиосы 1955 жылы 15 ақпанда қазақша алғашқы хабарларын таратады. Сол кезден бастап Шыңжаның радио істерінде жаңа бір бет ашылды. Қытайдағы қазақ радиосының алғашқы дикторы Кәрімбек Әлімбаев әлемге қазақша алғашқы хабарларды қалай жеткізгені туралы: «1955 жылдың 15 ақпаны өміріндегі есімнен кетпес құндердің бірі. Сол күні, диктор Сарқыт Байтақова екеуіміз «Шыңжан халық радио станциясынан сөйлеп тұрмыз» деп радио хабарын қазақша дүниеге тараттық. Сол күннен бастап еліміздің радио тарихында қазақ үні

эфирге тарады», (Baymolda D., 2012 g: 309) – дег еске алады. Шыңжан халық радиосының қын кезендере осы жылдары басталды.

Қазіргі таңда Қытайдағы этникалық топтардың ана тілдерінде ғаламтор желісін қолдану қарқыны үлкен айырмашылықты көрсетіп отыр. Орталық және провинциялық үкіметтер қолдайтын этникалық тілдер ғаламторда ықпалды болумен қатар кең таралды. Қытайдағы радио мен теледидардың этникалық тілдерде ақпарат тарату бағыты негізінен желілік трансляциялар жүргізіп, халық әндерін орындау мен жан-жақты тілдерді оқытуға бағытталды (Omašev N., 2007 g: 134). Желілердің конвергенциясы нәтижесінде ақпараттың әр түрлілігі қалыптасқан. Әсіресе, визуалды, мәтіндік және аудио ақпараттар, иконографика және т.с.с. тарату мүмкіндіктер басты жолға қойылған. Біріншіден, мемлекеттік радиостанция ретінде Қытай ұлттық радиосында (CNR) монгол, тибет, үйғыр, қазақ және корей этникалық топтарының хабарлары өз ана тілдерінде таратылады. Ал облыстық радиостанциялар ішінде Шыңжан хабар тарату станциясы (<http://www.xjbs.com.cn/aod/gushigb/>) үйғыр, қазақ, монгол және қырғыз тілдеріндегі хабарларды таратады.

Қазақ тіліндегі радиобағдарламалар мазмұнды, сапалы рухани дуниелермен толығып, кәсіби деңгейі жағынан өссе түсті. Қазіргі таңда Шыңжандағы қазақ радиосы Қытай коммунистік партиясының саясатын насиҳаттаушы БАҚ кұралы болып саналады (Omašev N., 2007 b: 134).

Ал Монголияның Баян-Өлгей аймағы 1940 жылдан бері «ұлттық аймақ» деген мәртебеге ие болған соң, жергілікті қазақтарының ұлттық ерекшеліктеріне назар аудара біліп, қазақ баспасөзі мен қазақ тілінде хабар тарататын радиотораптарды дамытуды көзdedі. Монголияның батысында шалғай орналасқан Баян-Өлгей аймағының қазақ тіліндегі алғашқы хабарлары 1944 жылдан эфирге тарай бастады. Бұл радиохабарлар арқылы елдегі сондай-ақ шетел жаңалықтары шартарапқа қазақ тілінде тарай бастады. Хабарлардың мазмұны халықты білім алуға, өнерге, мәдениетке және мал шаруашылығын өркендетуге шакырды. Монгол Халық Революциялық Партиясының саясаты бұқара халыққа радиохабарлар арқылы қолжетімді болды.

Монголиядағы қазақша ақпарат тарату жүйелері мына үш қызыметке бағытталған: Кеңестік Қазақ Республикасынан музыкалық білім мен технологияны импорттау (1950-1960 жж.); Қытай-кеңестік бөлінуден кейінгі

радиостанциялар мен аудио мұрагаттарды құру (1960-1980 жж.); Монголиядағы қазақ музыкасының жинақтарын (1960-1980 жж.) шыгару болды. Бұл іс-шаралар Монголиядағы постсоциалистік кезеңдең қазақтардың өздерін тануға итермелейтін күш болды. Монголиядағы қазақ мәдениеті Баян-Өлгійдің географиялық оқшаулануы арқасында сакталып қалды.

Ал Ирандағы қазақ радиосы 1996 жылы 20 маусым күні ашылып, Иран қазақтары тұратын Гүлістан аймағының орталығы Горган қаласында өз жұмысын бастайды. Радиога мамандар тартылып, парсы тілінен қазақшага аудармашылар дайындалады. Дикторлық шеберліктің әдіс-тәсілдерін үретуге бет бұрлады. Қазір астанасы Тегеранда Иран радиосының қазақ бөлімі күніне бір сағат хабар таратады. Осы бір сағаттық бағдарламаның өзінде елдің маңызды деген жаңалықтары халықпен қауышады. Ақпараттар көзі Иранның ИРНА ақпарат агенттігі мен орталық хабар бірлестігінен ірітеліп алынады. Тілшілер қауымы агенттіктер дайындаған хабарларды қазақ тіліне аударады. Хабарлардың көшілігі дінтану, өлкетану, Иран елінің тарихы мен мәдениеті, әдебиетімен таныстырады. Радионың тікелей эфиріндегі жаңалықтар мен саяси шолулар Иран радиосының интернет сайтындағы ақпарат деректері бойынша жасалып, Қазақстан мен Орта Азияға да жеткізіледі (Allan W., 1996 а: 120).

Түркияның «Түркия үні» атты радиобағдарламасы әлемнің 30 тілінде хабар таратады. Тікелей эфирде қазақ тілінде жүргізлетін хабарлары қысқа толқын арқылы жарты сағат бойы тындармандарымен қауышады. Қазіргі таңда қазақ тілді бағдарламаның хабар таратсағанына он жыл толыпты. Бұл хабарлардың күнделікті интернет парапашасын жүргізетін әрі редакторы болып қызмет атқаратындардың бірі Торғын Сұлтанқызы.

Ол 1992 жылы Қазақстан Президенті Н. Назарбаев пен Түркияның Президенті Сұлеймен Демирелдің екі ел ынтымақтастырының жалғастыру бағытындағы студенттерге арналған оку алмасу бағдарламасы бойынша Түркияға келген екен. Т. Сұлтанқызы Анкарадағы Гази университетінің журналистика факультетін бітіріп, Түркияның мемлекеттік радиосы мен телевизиясына жүргізуши болып қызметке орналасады.

Торғын Сұлтанқызының айтуынша қазақ тілді тындармандардан хат-хабар, пікір ұсыныстар өте аз түседі. Сондықтан «Түркия үні» радиосын қазақ тілді барлық ағайындар да тынцап, оған өз ықылас-ниеттерін танытып, үлес-

терін қосуы тиіс. Сондықтан жүргізуши хат хабар жіберетін радионың интернеттегі мекен-жайы мен электронды адресін – [www.trt.net.tr](http://www.trt.net.tr), [kazak@trt.net.tr](mailto:kazak@trt.net.tr). ұсынады.

Жүргізушиң айтуына қарағанда, Анкарада он қазақ үйі орналасқан. Онда қазақ қоғамдарының түрлі мәдени шаралары ұйымдастырылып тұрады. Қазақстанның Түркиядағы консулдығының қолдауымен қазақ тілінің курсы ашылып, тіл үйренуге бет бұрған. Түркияды өтетін бұл мәдени шараларға Қазақстаннан көп делегациялар келіп, қазақ дисапорасымен кездесуді қалайды екен.

Интернет жүлдelerін жөніп алған Түркияның бірнеше мемлекеттік телерадиоларының интернет парапашалары жаңа бейнесімен тындармандардың көңілінен шығуға тырысады. Халықаралық қатынастар министрі Бинали Йылдырым ТРТ интернет парапашасының 30 тілде, бес құрлыққа арнап 24 сағат бойы жүргізген эфирінің нәтижесінде түрлі мәдениет пен өркениеттің бірігін жүзеге асырғанын жеткізді. «Қазақ тілді аудиторияға мәдениетіміз бер өркениетімізді әлемдік деңгейде түсіндіріп, адамзаттың дамуына үлес қосамыз» – (Yesdauletova A., Yesdauletov A., Sakh K., 2014: 55) дейді Торғын Сұлтанқызы.

ТРТ бас директоры Ибрахим Шахиннің пікірлеріне сүйенсек, ТРТ интернет парапашасы әлемдегі алдыңғы қатарлы бес интернет парапашаның арасында жүлделі орын алғанын жеткізді. [www.trt.net.tr](http://www.trt.net.tr) және [www.trt-world.com](http://www.trt-world.com) адрестеріндегі парапашалар техникалық инфрақұрылымы жағынан мықты болып, мазмұнының артықшылықтарымен көзге тұсті. Оның 35 порталы мен сыртқы эфирлер бөлімшесінің 30 тілде дайындалған интернет эфирі қолданушыларға ұсынылған (Beril A., 2015). Парапаша неміс, француз, түрік, ағылшын, итальян, испан, орыс, араб, албан, әзіrbайжан, босняк, грек, болгар, қытай, дари, парсы, грузин, хорват, қазақ, қыргыз, венгр, македон, өзбек, румын, серп, татар, түркімен, урду және үйғыр, барлығы 30 тілде дүниежүзіне сенімді әрі жылдам түрде хабарлар таратады. Түркиядағы саяси-әлеуметтік, экономикалық мәдени ақпараттармен бірге басқа да елдерге қатысты хабарлары да 30 тілде жеткізіледі. Ұсынылған радио эфирлері енді интернеттің интерактивтік қасиеттерімен бірлесе жүргізіліп, жаңаша бағыттармен сапалы тұрғыда жаңарап отырады (Allan W., 1996 а: 120).

Түркиядың қазақтардың қоныстануы екі кезең бойынша жалғасын талты деуге негіз бар. Олардың біріншісі, 1954 жылы Қытайдың Алтай аймағынан ауып, Гансу-Шыңхайды көктей өтіп,

Тибеттің үстімен жүреді. Одан соң Гималай тауына өрмелеп шығып, Үндістан мен Пәкістанға жетіп паналап, содан кейін барып қана Түркияға қындықпен жеткен қазақтарды айтамыз. Түркі елі оларды мейірбандықпен қарсы алғып, же-ке-жеке ауылдар жасақтап, алдына мал салып, қолдарына жұмыс тауып береді. Он жыл бойы мойындарына ілінген салықтан құтқарып, естерін жигызып, етегін жабуына көмектеседі. Екіншісі, Қазақстан тәуелсіздігі жарияланғаннан кейінгі, бейбіт өмірдегі Түркияда тұруға өз еркімен қоныс аударған соңғы лекті атаймыз (Herzberg J., 2015: 44).

### **Зерттеудің негізгі қорытындысы және жаңалығы**

Қысқасы «Азаттық» радиосының журналистері «Тәуелсіз Қазақстан» құруды арман етті. Әлемдік әуе толқыны арқылы қазақтың зиялы қауымымен тілдесіп, сыр бөлісіп отырды. Ал «Түркістан» редакциясының тілшілері өз Отанына келе алмағандықтан, эмигрант болып шеттедерде өмір сүрді. Эмигранттардың алғашқы өкілі ретінде Мұстафа Шоқай «Жас Түркістан» газетін шыгаруды қолға алды. «Түркістан» ұлттық Комитетін Қарыс Қанатбай басқарған жылдары қазақ редакциясы хабарларының саяси мазмұны құрделене түсті. Асан Қайғы деген атпен танымал болған Мәулікеш Қайыпалдыұлы Берлинде аудармашылар курсын бітіріп, Майндагы Франкфурт университетінің неміс және ағылшын факультеттерінде білім алады. Асан Қайғыдан кейін редакцияны Дәулет Тағыберлі басқарып, Қазақстанға ақпараттар таратып жатты. Соңдай-ақ қазақ тіліндегі хабарларды даярлауға 1950 жылдары Жәкібай Бапыш қатысады. Соғыстың алғашқы жылдарында ол тұтқынға түсіп, 1945 жылы одан қашып шығады. Ұзақ уақыт науқастан соң жазылып, ол 1952 жылы Нюрнбергтегі радиотехника институтына түседі. Бұл туралы зерттеуші-галым Р. Нуриденнің зерттеулерінде: – «Жәкібай Бапыш басшылық қызметкес 1976 жылдың қыркүйек айында тағайындалды. Редакцияда адам аз, жұмыс көп. Оған қосымша демократиялық Батыс елдерінде әркім өз ісін, өз қабілетін іске асыру жолында күресе білді. Мысалы, редакцияға жаңа қызметкерлер алу, олардың жалақыларын арттыру, бағдарламалардың эфирге шығу мерзімін ұзарту сияқты жұмыстар Ж. Бапыштың денсаулығының нашарлауына дейін жеткізді. Соған қарамастан күрескеге тұлға ұлтының ар-намысы үшін шыдауға тырыс-

ты», (Omașev N., 2007 а: 134) – деп жазады. Ол большевизмнің империялық саясатына, Ресейдің отар халықтарды қорлаган нәсілдік және ұлттық нигилизміне қарсы мақалалар ұйымдастырады. Талантты басшы Мұстафа Шоқайдың идеологиялық қозқарасын негізге алғып, хабарларын төрткүл дүниеге паш етуден тайынбады. Ал Кенес баспасөзі мен радиосы болса, «Азаттық» радиосының «саяси Тәуелсіз Қазақстан» құруды үағыздайтын хабарларына тойтарыс беріп отырды. Бұл көріністі профессор Т. Кәкішев: – «Біздеңгі ең сойқанды, қара сойылды қателік Алашқа байланысты өрістеді. Қазақтың бүкіл интеллектуалды қуаты, ақыл-парасаты құрбандаққа шалынды. Алаш қозғалысы мен идеологиясын насиҳаттаған ақпараттар легі бұр-малауга ұшырады. Шындықтың шырайы қашты. Оның сойқаны бүкіл елдің психологиясын, ниет-піғылдың бұзды. Жарамсақтар мен нигилистерді сахнаға шығарды», (Omașev N., 2007: 135) – деп жазды.

Шындықты айтқан «Азаттықтың» тілшілері кудалауға ұшырап, түрмелерге қамалып жатты. Солардың бірі Махмет Құлмағамбет марксизм-ленинизм мұраларын сынағаны үшін 32 жасында түрмеге қамалады. Түрмеде жазасын етегендер Сургутте, БАМ-да, Сібірде ауыр жұмыстарға жегілді. Ол 1990 жылдары Қазақстандағы әскери полигондар, кенес әскерлері, мемлекеттік қауіпсіздік туралы талдау материалдарынан құрылған хабарлары радиодан өз дауысымен беріле бастады.

1995 жылы «Азаттық» радиосы Мюнхенен Прагаға көшірілген кезде басшылыққа Хасен Оралтай келеді. Оның «Шығыс Түркістан халықтарының ұлт-азаттық қозғалысы», «Мажжан Жұмабаев», «1986 жылдың желтоқсаны» атты кітаптары жарық көрді. Тәуелсіздік жылдарында Хасен Оралтай ұлт күрестері ретінде танылып, «Алаш» сыйлығына ие болды. Кейін империялық Одақтың құйреуіне, социалистік жүйені құлатуға үлес қосқан бірнеше журналистер Талғат Қекбұлақ, Суат Шерушиұлы, Әбдіауақап Қара, Өмірхан Алтын т.б тұлғалар «Азаттық» радиосының қалыптасуына орасан үлес қосты. Жарты ғасыр уақыт бойы берілген радиохабарлар қазақ журналистикасының алтын қорын байыта түсті.

«Азаттық» радиосының «Соңғы хабарлары» әлем елдерінің ақпарат агенттіктерінен, мониторингтен түкпір-түкпірдегі арнаулы радио-агенттіктерден келіп түсіп жатты. Орталық бөлім тәулігіне 70-тен – 100-ге дейінгі аралықта ақпарат таратады. Редакторлар ақпараттарды

аудиторияның қабылдауына сәйкес өндеп, әндерге дайындаиды. Кейін «Азаттықтың» хабарлары арқылы «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан», «Алматы ақшамы» сияқты республикалық басылымдар әлемдік ақпараттар мен шалғайдағы оқиғалар жөнінде нақты мағлұматтар алуға мүмкіндік алады. «Азаттық» радиосының әндерлік хабарларында: «Өткенге де, бізге де, болашаққа да керегі – шындық! Қателесудің, қылмыстың шындығы емес, нағыз тағдырдың шындығы», – деген ұрандар айтылды. Кеңестік дәүір аяқталған соң 1993 жылы «Азаттық» радиосының орнауы жеке радиолардың дамуына жол ашты (Baumolda D., 2012 a: 308).

### Талқылау

XXI ғасырдағы қазақтардың үштен бір бөлігі өз тарихи Отанынан алысталап, шалғай елдерде өмір сүріп жатыр. Соңдықтан шет елдердегі қазақ диаспорасына арналған хабарлар таратудың маңызы зор деп санаймыз. Қорши Қытайда бір миллионнан аса қазақ тұрады және белгілі бір аймақтарға шоғырланған. Ресей де қазақтар көп орналасқан мемлекет. Онда жергілікті шағын радиостанциялар ғана жұмыс істейді. Ирі станциялар кездеспейді, шекаралас аймақтар ғана Қазақстанның радиосигналдарын қабылдайды еken. Иран ислам мемлекетінің де ресми хабарлары қазақ тілінде хабарлар таратып келеді. Монголия да қазақ тілінде хабар таратуға мүмкіндік беріп отыр. Баянолгейде ірі қазақ радиостанциясы бар. Өзбекстан мен Қыргызстанда да қазақ тілінде шағын хабарлар әндерге тараиды. Соған қарамастан, қазақ тіліндегі ақпаратқа қол жетімсіз болып отырган қандастарымыз жер жүзінде көптеп кездеседі. Дегенмен, қазіргі интернет технологияларды пайдаланып, қандастарымызға қазақ тіліндегі хабарлар мен ән мен күйімізді жеткізе білсек, нұр үстіне нұр болар еди.

1986 жылғы қайта құру кезеңінде СССР мен АҚШ арасында алғашқы радиокөпірлер үйімдастырылып, Мәскеу студенттері мен Оңтүстік Иллиноиск университеттері арасында 2 сағаттық диалог өткізіледі. Мұнда жастардың келелі проблемалары сөз болады. Осындағы үлгідегі хабарлардан радиопублистикаға жаңа түр енгізіледі. Солардың бірі «Депутат арнасы» мен «Лик» (литература, искусство, культура) деген арнайы канал ашылып, мәдениет, әдебиет, өнер, мәселелеріне көңіл бөліне бастайды. 1990 жылды алғашқы коммерциялық

радиолар ашылады. Осы жылы «Эхо Москвы» деп аталатын коммерциялық радио дүниеге келеді. Ал 1991 жылы «1950-1970» жылдардың музыкасымен көркемделген Ресейдің «Радио России ностальгия» деп аталатын Франциямен бірлескен радиостанциясы өз жобасын бастады. Бұл радионың тұнғыш әндерге шығуына байланысты, бұқаралық радиожурналистикаға тән мемлекеттік монополия да тоқтайды. Жаңа бағытта дами бастаған радиожурналистиканың өзіндік ерекшеліктері пайда болып, көп радиолар дербестікке қол жеткізеді (Fuki Y., 2010:35).

Осы ретте республикалық «Қазақ радиосы» да дербестікке ие болды. «Қазақ радиосының» ақпараттық танымдық хабарлары көбейе туспіп, алыс-жақын шетелдерге хабар тарату ісі жолға қойылды. Германияның Қазақстандағы елшілігінің 10 жылдығына арналған тікелей әндер 3 сағат бойы жүргізіледі. Бұл хабардан тындармандар аудиториясы оның географиялық ерекшеліктері мен тарихын, әдебиеті мен мәдениеті жайында көптеген ақпараттарға қанық болады.

XXI ғасырдағы қоғамды байланыс құралдары мен электронды есептеу машиналарының елестету мүмкін емес. Соның бастауында тұрган ғылыми жаңалықтардың бірі радио болса, ол күні бүгінге дейін одан сайын жетілдіріліп, жаңашылдық сипатқа ие болуда. Әсіресе, радио шекараны білмейтін, тосқауылсыз арнаға айналып, ғаламданудың итілігін арттыра түспек!

Халықаралық радиохабарлардың арқасында зияткерлік қабілеттің өсуі, әдебиет пен өнер бағытындағы ұлттық интеллекті дамыту, оны үздіксіз қалыптастыру, сондай-ақ ұлттық санауының өсуіне жол ашылды. 1934 жылы Қазақ Коммунистік институты журналистер даярлау үшін Қазақстанның ақпараттық агенттігінің редакциясын ашумен қатар, газет, журнал, радио сынды ақпарат тарату орталықтарын іске қости.

Ресейде тұратын Қошагаш ауданының тұрғындары мен Алтай Республикасының қазақтары тұнғыш рет зерттеліп, олардың жоқтау, тарихи аныздар, қара өлендерге бай екендігі анықталды. Дүниежүзі қазақтарының Қауымдастыры Еуропада да кіші құрылтайлар өткізіп тұрады. Ұлыбритания, Австрия, Германия, Франция, Швеция елдерінде кіші құрылтайларда Елбасының Жолдауы бірнеше тілдерге аударылып жеткізілді. Қазақ халқының рухани мұралары «Атажүрт» баспа орталығынан басылып шықты. Оnda Түркия, Монголия, Қытай, Өзбекстан, Ирандағы қазақ авторларының қазақ тарихына қатысты зерттеулері жарық көрді.

Қазақ ақын-жазушылары мен ғалымдарының қатарында Жаналтай Дәлелхан, Шабданұлы Қажығұмар, Алтай Халифа, Қинаятұлы Зардыхан, Сәмитұлы Жақсылық т.б. бар. Қауымдастықтың ұйымдастыруымен «Отаным – жаңым, Ана тілім – арым» атты жас ақындар айтысы өтті. Қауымдастықтың Өнер орталығы «Бозторгай», «Айналайын» сияқты мәдени-этнографиялық фестивальдерін өткізуі дәстүрге айналдырып, мәдени жаңалықтарды әлемге қазақ тілінде жүргізілетін телерадио арналардан таратып отырды. Соңдай-ақ «Шемші Қалдаяқов» атты халықаралық фестивальге Ресей, Монголия, Өзбекстаннан келген оралман бауырлар қатысып, жүлделі орындарды иеленді. Қазақстандағы «Балдәурен» сауықтыру орталығына жыл сайын шетелдегі қазақ балалары демалысқа келеді. Қазақ тілі мен әдебиетінен халықаралық олимпиадалар өткізіліп, оның женімпаздары Қазақстанның жоғары оқу орнының грандтарына ие болады.

Қауымдастықтың көмегімен жыл сайын Сауд Арабиясынан, Ираннан, Қытайдан, Түркиядан қазақ ғалымдары көшіп келіп, ғылым ордаларына қызметке орналасты. Шетелден келген ғалымдардың тәжірибелері біздің ғылыми орталықтар үшін орасан зор пайда екелді. Олардың ішінде Монголияда Премьер Министрдің орынбасары болған Зардыхан Қинаятұлы, академик, лингвист, филология ғылымдарының докторы Қалиасқарұлы Қабидаш сияқты ғалымдарымыз бар. Қазақтың көне руникалық жазуларын әлемдік деңгейде зерттеген, филология ғылымдарының докторы Сартқожаұлы Қаржаубай ғылыми ортаға үлкен зерттеулер енгізді. Себебі олар араб, парсы, ағылшын, жапон, венгр тілдеріндегі шетелдік мұрагаттық деректерді өз Отанына жеткізді. Түркітанушы ғалым Сартқожаұлы Қаржаубай 1992 жылы 13 сәуір күні Елбасына хат жолдай отырып, өз ойын былайша жеткізеді: «Монголия біздің өмір сүруімізге қаншалықты қолайлы болса да, біз қазақтардың бас қосып, бірігүін қалаймыз. Қазақстанның демократиялық жолдағы іргелі елге айналуы үшін шетелдегі барлық қазақ диаспорасы бірге болуы тиіс. Монголияда тұратын 130 мың қазақтың барлық арман-мұддесі де осы», (Sadıkuly S., Serdaly B., 2014:66) – дейді.

Қазір Отанына оралған бауырластарымыз халықтың демографиялық саясатына үлес қосып, олардың рухани және зияткерлік әлеуетін көтеруге әсер етеді. Сонымен қатар ғылымды, экономиканы, бизнесті, медицинаны да дамытуға атсалысып келеді. Қауымдастықтың жоспарлары күн сайын күрделене түспек. Соңдықтан

шетелдегі қазақтардың өз Атамекенімен өзара ынтымақтастықты нығайту үшін де мәдени-ағартушылық, ақпараттық-рухани байланыстарды қамтамасыз етуі орынды болып саналады. Қазақ диаспорасының ұлттық интеллигентиясын қалыптастыру үшін де мемлекеттік саяси жүйе арқылы қолдаулар жасалуы тиіс. Оған БАҚ қуралдарының да өзіне тиісті ақпараттық-саяси ықпалын жүргізе білуі маңызды бола түседі.

Есіресе, шетелдік радиохабарлар көбірек үгіт-насихат жұмыстарымен айналысып, әлем қазақтарының назарын өзіне аудара білуі тиіс. Қазақтардың көпшілігі Өзбекстанның Қарақалпақстан Республикасында, сонымен катар Жызак, Ташикент, Бұхара, Сырдария, Хорезм аймақтарында шоғырланған. Өзбекстан Орта Азия елдерінің ішінде халқының саны жағынан ең алдыңғы қатарды құрайды. Жалпы халық саны 29123400-ге жетеді. Мұндағы қазақ қоғамын толғандыратын мәселеле – көші-қон мәселесі болып саналады. Себебі көші-қон мәселесінің Қазақстан тараپынан әлсіреп кетуі соңғы жылдары байқала бастады. Оған себепті де Өзбекстан қазақтары үшін занды күшіне енген тұжырымдама жоқ. Оған миграция қызметкерлері де тұщымды жауап берे алмайды. Оның кейбір себептері көші-қон қызметінің Еңбек министрлігінен Ішкі істер министрлігінің қарамағына өтуі әсер етуі мүмкін деп болжауға болады. Бұған дейін Еңбек министрлігінің құзырында болған кезеңде адам мұддесі көбірек коргалатын, ал полиция дегенде тек қана қылмыс пен жазаға қатысты іс-әрекеттер ғана ескерілетін сияқты. Сонымен қатар көші-қон саласындағы жемқорлықты да атап өтуге болады. Оны тұптамырымен жою да қындықтар тудырып, оралмандардың парасыз мәселесі шешілмей тұрған жағдайлары туралы отандық БАҚ беттерінде көп жазылды. Осы тұста мемлекет те жемқорлықты жою тетіктерін қарастырганы жөн деп санаймыз.

Сонымен қатар сарапшылардың зерттеулеріне сүйенсек, оралмандарды Қазақстан ау-мақтарына онтايлы орналастыру мәселесін шешу қажет. Мәселен, Өзбекстанның қазақтары Оңтүстік Қазақстан облыстарына келуге тырысады. Ал біздің елге маңыздысы Оңтүстікке қарағанда Солтүстік Қазақстанды қазақыландыру болып отыр. Осы мәселеге байланысты көші-қонға жауапты институттар да соңғы жылдары жауапсыздық танытып отырганы байқалады. Мәселен, ПМ, Миграция Басқармасы, Елшіліктер мен Еңбек министрлігі көші-қонға қатысты тенденцияларға сараптама жасап, талдау жұмыстарын жүргізе білуі

шарт. Бұл жөнінде БАҚ-тың радиоарналар қызметі қебірек сараптамалық бағдарламалар дайындалады, сұхбаттар беруі тиіс. Осы орайда БАҚ оралмандардың тартымды имидждерін қалыптастырып, атажұртын аңсап келген қандас бауырларымыздың көшіп келуінегі тілекtes болып, қол ұшын беруі қажет. Жалпы көші-қон үдерісі мемлекеттік идеологиялық тұрғыда қамтамасыз етіліп, олардың имиджін арттыруы маңызды деп санаймыз. Сондай-ақ оралмандарға берілетін квота санын арттыруға да көніл бөлінуі тиіс. Мемлекет тарапынан бөлінген қаржы оралмандардың қажетіне жұмсалуы тиіс. Атажұрт деп отанына оралғысы келген әр қазактың тиісті ақпаратпен қамтамасыз етілуі БАҚ-тың құзырында болуы маңызды. Әсіресе, радиохабарлардың Қауымдастырың құмыстарымен таныстырып, қызықты ақпараттарды жеткізу дегі басты мақсаттарына айналуы сөзсіз.

Еліміз тәуелсіздігін жариялаган соң құшағын айқара ашып, қуанышпен қабылдаған ел Түркия елі болатын. Бауырлас екі елдің арасындағы қарым-қатынас пен достық қанатын жайып келеді. Түркия елі мен Қазақстан стратегиялық маңызы бар әріптестікті орнатып, түрлі мәдени жетістіктерге қол жеткізуде. 2018 жылы «Қазақ радиосы» мен Түркияның TPT телерадиокорпорациясы өзара шығармашылық байланыстар орнатып, біздің журналисттер әуе толқынынан тұңғыш рет қазақ тілінде хабар жеткізді. Қазақ радиосы «Алматы» студиясының жүргізушісі әрі редакторы Жанаң Оразымбетова Түркия елінде іссапарда болып қазақша хабар таратты. Әрине, Түркия жерінен алғаш хабар тарату Қазақ елі үшін елеулі жаңалық болды. Оны тыңдаған қазақ бауырластар да өз қуаныштарын білдіріп, қазақ журналисін құрметтеп жатты. Сол жылдары радио құнін әлемдік деңгейде откізу дін сәті түсіп, Түркия елі таңдаған еді. Хабар жүргізу барысында әр елдің радиожурналистері бір-бірімен тәжірибе алмасып, пікір альсты. Түркиялықтардың «Қазақ радиосына» деген ыстық ықыласы да байқалып тұрды. Біршама жобалар мен жоспарлар да ұсынылып, Түркияның TPT корпорациясының басшыларымен келіссөздер де орын алды. Қазақстаннан Қазақ радиолары ЖШС бас директоры Мәди Манатбектің келісімімен екі ел арасында шығармашылық байланыстар нығая түсті.

Қазақ радиосында ұзақ жылдар бойы еңбек еткен талантты радиожурналист әрі жүргізуши Ж. Оразымбеттің айтуынша, шетелде болған әфирдің ауыр болғандығы байқалды. Әсіресе, TPT корпорация төрағасының бірінші орынба-

сары Еркан бей Дурдумен бірге өткен тікелей әфирге қатысу оңайға түспеді. Тікелей әфирдің барысында Еркан бей Дурдуң қазақ руханияты жайында қозғаған әңгімелерінен Қазақстан жайлы ақпараттарға өте қанық екендігі байқалды. Екі ел арасындағы байланысты арттыру мақсатында телерадиокорпорация басшысы көп ұсыныстар білдірді. Осылайша Түркия мен Қазақстан арасында алтын көпір орнады. Түркиядан тараган радиоақпараттар сол күні еліміздің барлық аймақтарына таралып жатты.

Казіргі таңда Түркияның шетелгебағытталған радиохабарлары «Түркия үні» радиосы арқылы жүргізіледі. 32 тілде хабар тарататын «Түркия үні» радиосы (Voice of Turkey) қазақ тілінде хабар таратуға соңғы он жыл ішінде кіріскең болатын. Түркия хабарларын қысқа толқынды таратқыштар, жерсерігі және интернет арқылы әлемнің барлық жеріне жеткізе алады. Бұл жөнінде зерттеуші Д. Баймолда: «Түркия үні» радиосы жергілікті FM радиоарналарын пайдалану арқылы да тарату байланыстарын кеңейте түсуді, неғұрлым тыңдармандарына жақын болуды және әфирдің жергілікті мазмұнын арттыруды көздейді. «Түркия үні» радиосы сенімді бұлақтардан алынған хабарларын бейтараптық принципті ұстанып, тыңдармандарына тез, жылдам жеткізуге асығады. «Түркия үні» радиосының қазақша редакциясы 1998 жылы қыркүйек айында ашылды», – деген мәліметтер білдіреді.

Казіргі таңда Түркияның түркі текес елдердің басын біріктіру мақсатында тек ғана радио емес жалпы БАҚ арқылы қарқынды іс әрекеттер жасауга бағыт алғанын байқауға болады. Мәселен, «Бірлік» магынасындағы AVAZ радиоарнасы, көптеген түрк диалектілерінде Дауыс деген ұғымды білдіреді. Сондықтан атальыш арна 27 елдегі шамамен 250 миллион адамға, Таяу Шығыстан Кавказға дейінгі Түрк республикаларының ортақ дауысы ретінде қалыптасып келеді.

«Азаттық» радиостанциясы халықаралық мәселелерді талқылай отырып, «қыргы-қабак» соғысты аяқтауга, қару-жаракты жою, адам баласына төнген қауіп-қатерлерді, аштық пен ауруларға жол бермеу мақсатында көрнекті ғалымдар мен жазушылардың мақсат-мұдделерінен шығуға атсалысты. Бірақ 50 жылдардың басында Кеңестер Одағы «Азаттық» радиосын тыңдағандарды және оны таратқаны үшін, радиостанциялармен байланыс жасаған тұлғаларды да кудалауға тырысты.

Академик Д. Сахаровтың жұбайы Е. Боннэр осы кезең туралы: – «Қысқа толқынды

радиоқабылдағыш қалтасында көк тының жоқ. Кеңес зияллылары арасында ең қажетті бұйым болды. Шын ақпарат іздеу жолында адамдар қысқа толқынға құлақтарын тікті», – деп жазды. Галымның бұл тұжырымдарынан Кеңес заманындағы шыныайықпараттың көзі «Азаттық» арқылы жеткізілгенін айғақтаймыз. Кеңестер Одағы болса шынайы радиоақпараттарды таратуға күш салып, оны тұншықтыруды одан әрі жалғастыра түсті. Радиоларға түскен сигналдарды түсініксіз етіп, қуатты бөгде шулар қосуга тырысты. Мұндай әдіс-тәсілдерді осы кезеңде «Америка дауысы» радиостанциясының ақпараттарына да колданған болатын. Ал Батыс радиостанцияларының хабарларын тұншықтыру мақсатында Кеңестер Одағы 750 млн доллардан астам қарожат бөліп отырған. Бұл жағдайға БҰҰ 1950 жылдары ерекше назар аударып, оны айыптауға көніл бөлді. 1985 жылы Хельсинкідегі Кеңестік қорытынды бойынша «Адам құқығын аяққа басу», «қырги-қабак соғыстын» жалғасы деген актілік қорытындылар жарияланды (Kabilgazina K., 2002: 45).

Бұл қарсылық әдіс-тәсілдер 80 жылдардың ортасына дейін жалғасады. 1985 жылы «қайта құру» жағдайына байланысты «Азаттық» радиосының жұмысы жаңа бетбұрысқа қарай бағыт ала бастайды. «Қазақ бөлімшесінің» жұмысынан қазақстандық журналистер К. Сабдалы, әдебиетші Б. Дәрімбет, С. Бейісбай кейін Алматыға келіп өз бюrolарының жұмыстарын жүргізуге кіріседі. Бұған дейін олар Мәскеуде, Киевте, Минскідегі радиоорталықтардан ақпарат таратқан болатын.

АҚШ-тағы адам құқықтарын қорғайтын «Бостандық» үйі демократия жолында құресе білген журналистер мен «Азат Европа» мен «Азаттық» ұжымы (1992) үшін өз жүлделерін тағайындаиды. Кейін Коммунистік идеология мен тоталитарлық тәртіпті жою үшін қажымай-талмай ақпараттар таратқан журналистердің еңбектері өз нәтижесін берді. Жетпіс жыл бойы тұған тілі мен тарихы, діні сияқты ұлттық құндылықтардан айыруға тырысқан Кеңестер Одағы «коммунизм елесін кезіп, оған жетеміз» деп жүргендеп-ақ ыдырауға ұшырайды (Bhavna D., 2007:110)

Осы ретте әуе толқыны арқылы елі мен жеріне деген сағынышын жеткізген «азаттықтар»

кешегі халық жауы атанған Мағжан Жұмабаев, Ахмет Байтұрынов, Мұстафа Шоқайлардың дауыстары мен үндерін туған халқына үздіксіз жеткізіп отырады. Жазушы Шерхан Мұртаза да өз естеліктерінде: – «Азаттықтың» хабарларын бала кезімізде жастығымыздың астына қойып тыңдайтынбыз. Мағжан, Ахан, Әлихандар туралы шындықты осы «Азаттықтан» естіп білдік», – деп жазады. Қазақжеріне тың және тыңайған жерлерді игеруді бастағанда «Азаттықтың» тілшілері елінің жеріне деген аяушылық сезімдерін білдірген болатын. Олар «Жері жыртылған қазақ ата кәсібі болған малының жайылымынан айырылады емес пе?» деп зар қакты. Мұны «орыстандыру» саясаты деген бағалағандар журналистерді ұлт араздығын тудырушылар, іріткі салушылар деген жалаларға соктырады. Шынында да, орыстың отарлау саясаты қазақ ұлтын тілі мен дінінен айырып, қазақ мектептерінің ашылуына жол бермеді.

### Қорытынды және шешім

Шетелдік бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы қазақ тілінің басымдығы қазақ тілінің идеологиялық көшбасшылық жағынан едәуір қуатты болуына мүмкіндік береді.

Мемлекет барлық радиохабарлардың кем деңгеде 50%-ында қазақ тілінде сойлеуді талап етеді және мемлекет қаржыландыратын радиолар бұл әрекетке жетекшілік етеді. Жалпы Қазақстанда мемлекеттік тілді орнатудағы радионың ролі және олардың алдында тұрған міндеттері орасан зор. Бірақ бүгінгі таңда шетелдік ақпараттарға қарағанда орыс тілді радионың үстемдігі мен тілдік орта үшін тосқауыл қою жалғасын табу үстінде. Соған қарамастан қазақстандық радиолар теледидар және радио, баспа құралдары арқылы елдің көптеген жетістіктерін көнінен насиҳаттауға үлес қосады.

Қорыта айтқанда, халықаралық ақпараттың көністіктері қазақ тіліндегі радиохабарларды таратудың тарихи-даму кезеңдері тәуелсіз қазақ елінің тарихы мен бүгінін жалғастыра түспек. Шетелдердегі қазақша хабар тарататын радиолар қандастар өмірі жайында туған елін хабардар етумен қатар біртұтас түркі елінің ынтымақ-бірлігін нығайтуға күш салатынына сенім мол.

### Әдебиеттер

1. Allan W. World Broadcasting: A Comparative View, Ablex publishing corporation, 1996. p. 102
2. Yesdauletova A., Yesdauletov A., Sakh K. Kazakhstan in a Mirror of the World's Mass Media, Human Development, 2014. – A Multidisciplinary Research, Scientia Moralitas Research Institute.

3. Баймольда Д. Үлттық идея және БАҚ. //Ақиқат, 7 тамыз, 2012.
4. Bhavna D. Kazakhstan, Transition Report. – 2006. Finance in Transition (London, UK: European Bank for Re-construction and Development).
5. Beril A. PUBLIC BROADCASTING IN TURKEY: TURKISH RADIO TELEVISION CORPORATION'S ROLE IN THE PUBLIC BROADCASTING, Faculty of Culture and Media Megatrend University Belgrade, – 2015. p.79
6. Graham M. Audience research at the BBC External Services during the Cold War: A view from the inside, Cold War History. – 2011. Volume 11 – Issue 1
7. Huang C. Chinese Ethnic Languages in Cyberspace, Institute of Ethnology and Anthropology, Chinese Academy of Social Sciences (Beijing, China). – 2008. p. 287.
8. Herzberg J. Telling Life, Writing War. The Diary of Maria Bruss, AvtobiografiЯ. – 2015. – Number 4.
9. J. MARIANI Linguistic and Cultural Diversity in Cyberspace, Proceedings of the 3nd International Conference ( Moscow, 2015)
10. Charles T. SOCIAL MOVEMENTS HERE AND ELSEWHERE, NOW AND THEN. The Center for Research on Social Organization is a facility of the Department of Sociology at the University of Michigan. – 1999.
11. Fuki Y. Systematization of Kazakh music in Mongolia: activities of theater and radio station during the Soviet era. – 2010.
12. Қазақ журналистикасы. 3 томдық. 3-т.: Қазақ радиосы. – Алматы: «Таймас» баспа үйі, 2008. – 352 6.
13. Қабылғазина К. Дауыр үні. – Алматы, 2002.
14. M. Brown, A. Yerkimbay, K. Myssayeva, Radio and the Development of Kazakh as a National Language, Journal of Radio & Audio Media, Volume 24, – Issue, (2017).
15. NAREK N. (2010) NEW LANGUAGE POLICY OF KAZAKHSTAN: A PROJECT OF KAZAKHIZATION?, CONTEMPORARY EURASIA. – 2010. VI (1), p. 115
16. Омашев Н. Қазақ радиожурналистикасы: тарихы, тәжірибесі. – Алматы, 1992.
17. Омашев Н. Ұзынкұлактан қазақ радиосына дейін. – Алматы: Санат, 2007. – 320 6.
18. Ramis R., Bulatova M. Convergent trends of national media development under contemporary conditions of globalization and modernization of media sphere. 14/Mayo-Junio, 2018. Vol. 7 Núm. p. 371
19. S.Sadykov, B.Serdaly, Birth And Development Of Kazakh National Journalism And Problems Of National Self Identification, Life Science Journal p.172, 2014).
20. Vojtech M. Soviet/east European Survey, 1987-1988: Selected Research And Analysis From Radio Free Europe/Radio Liberty, Routledge. 2019.

#### References

1. Allan W. (1996) World Broadcasting: A Comparative View, Ablex publishing corparation, p. 102
2. Yesdauletova A., Yesdauletov A., Sakh K. (2014) Kazakhstan in a Mirror of the World's Mass Media, Human Development. – A Multidisciplinary Research, Scientia Moralitas Research Institute.
3. Baymolda D. (2012) Ulttıq ідея järe BAQ [National idea and the media] Truth, August 7, 2012.
4. Bhavna D. (2006) Kazakhstan, : Transition Report 2006: Finance in Transition (London, UK: European Bank for Re-construction and Development).
5. Beril A. (2015) Public broadcasting in turkey: Turkish radio television corporation's role in the public broadcasting, Faculty of Culture and Media Megatrend University Belgrade, p.79
6. Graham M. (2011) Audience research at the BBC External Services during the Cold War: A view from the inside, Cold War History, Volume 11 – Issue 1
7. Huang C. (2008) , Chinese Ethnic Languages in Cyberspace, Institute of Ethnology and Anthropology, Chinese Academy of Social Sciences (Beijing, China), p.287.
8. Herzberg J. (2015), Telling Life, Writing War. The Diary of Maria Bruss, AvtobiografiЯ – Number 4
9. MARIANI J. (2015), Linguistic and Cultural Diversity in Cyberspace, Proceedings of the 3nd International Conference, Moscow
10. Charles T.(1999), SOCIAL MOVEMENTS HERE AND ELSEWHERE, NOW AND THEN, The Center for Research on Social Organization is a facility of the Department of Sociology at the University of Michigan
11. Fuki Y. (2010), Systematization of Kazakh music in Mongolia: activities of theater and radio station during the Soviet era
12. Kazax jurnalistikasy. 3 томдік. Т.3: Qazaq radıosı. (2008) [Kazakh journalism. In 3 volumes. T. 3: Kazakh radio]. Almaty, Publishing house «Taimas», – 352 p.
13. Kabilgazina K. (2002) [The tone of the era] Almaty, – 115 p.
14. Brown M., Yerkimbay A., Myssayeva K., (2017),Radio and the Development of Kazakh as a National Language, Journal of Radio & Audio Media, Volume 24, – Issue 1
15. NAREK N. (2010) New language policy of Kazakhstan: a project of Kazakhization? Contemporary eurasia vi (1), p. 115
16. Omașev N. (1992) Qazaq radıojurnalistikası: tarıxi, täßiribesi [Kazakh radio journalism: history, experience]. Almaty, – 255 p.
17. Omașev N. (2007) Almaty: Sanat, [Omashev N. From Uzunkulak to Kazakh radio] Almaty, 320 p.
18. Ramis R., Bulatova M. (14/Mayo-Junio2018), Convergent trends of national media development under contemporary conditions of globalization and modernization of media sphere, Vol. 7 Núm. p. 371
19. Sadykov S., Serdaly B., (2014), Birth and Development Of Kazakh National Journalism And Problems Of National Self Identification, Life Science Journal p.172
20. Vojtech M. (2019) Soviet/east European Survey, 1987-1988: Selected Research And Analysis From Radio Free Europe/ Radio Liberty, Routledge.

**А.Э. Сулейменова<sup>1\*</sup>  , А.К. Ишанова<sup>2</sup> **

<sup>1</sup>Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова, Казахстан, г. Костанай

<sup>2</sup>Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Нур-Султан

\*e-mail: ainurfromearth@gmail.com

## **ПОТЕНЦИАЛ ДИАХРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ НОВОСТНОГО ВЕЩАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-КАНАЛА TENGRTV**

Тема данного исследования связана с необходимостью изучения изменений привычных документальных жанров в условиях нового онлайн-вещания. Сегодня хроника в первую очередь воспринимается как визуальный документ из прошлого, который используется как цитата или иллюстрация в документальном фильме. Однако, являясь малой формой документалистики, хроника стала прототипом привычного новостного телевизионного вещания, которое сегодня претерпевает изменения в онлайн-вещании, в связи с чем требует отдельного исследования. Цель исследования – обнаружить возможности информационного вещания в рамках продолжения традиции документальной хроники. Основным направлением научного исследования стала проблема идентичности жанра хроники в современных условиях. Научная значимость исследования обусловлена необходимостью систематизации знаний о хронике как о документальном жанре в системе сетевого вещания в Интернете. Практическая значимость работы объясняется объективными выводами, которые могут послужить основой для создания документальных фильмов и информационных роликов с учетом необходимости сохранения в них возможностей для диахронной коммуникации. Методология исследования базируется на контент-анализе информационных видеоматериалов онлайн-канала TengriTV как примера онлайн-вещания. Основные результаты исследования показывают, что информационные видеоролики и записи прямых трансляций несут в себе потенциал диахронной коммуникации, и наряду с этим имеют такие характерные черты хроники, как обезличенность и наличие примет времени. В результате исследования было выявлено, что информационное онлайн-вещание представляет собой «классический» тип хроники. Важными особенностями хроники являются такие характеристики, как безличность, простота изложения, отражение портрета времени, цитируемость. Кроме того, в данной публикации указываются признаки трансформации новостного онлайн-вещания, которые следует исследовать отдельно.

**Ключевые слова:** кинохроника, новостной сюжет, информационный портал.

A.E. Suleimenova<sup>1\*</sup>, A.K. Ishanova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Kostanay State University named after A. Baitursynov, Kazakhstan, Kostanay

<sup>2</sup>Eurasian National University named after L.N. Gumilyov, Kazakhstan, Nur-Sultan

\*e-mail: ainurfromearth@gmail.com

## **Potential of Dianchronous Communication of News Broadcasting on the Example of the TengriTV Online Channel**

The topic of this study is related to the need to study changes in the usual documentary genres in the context of the new online broadcasting. Today, a chronicle is primarily perceived as a visual document from the past that is used as a quote or illustration in a documentary. However, being a small form of documentary filmmaking, the chronicle became the prototype of the usual news television broadcasting, which today is undergoing changes in online broadcasting, and therefore requires a separate study. The purpose of the study is to discover the possibilities of information broadcasting to continue the traditions of documentary chronicle. The main direction of scientific research was the problem of the identity of the genre of the chronicle in modern conditions. The scientific significance of the study is due to the need to systematize knowledge about the chronicle as a documentary genre in the network broadcasting system on the Internet. The practical significance of the work is explained by objective conclusions, which can serve as a basis for the creation of documentaries and information videos, taking into account the need to preserve in them the possibilities for asynchronous communication. The research methodology is based on a content analysis of informational video materials of the TengriTV online channel as an example of online broadcasting. The main results of the study show that information videos and recordings of live broadcasts carry the potential of asynchronous communication, and along with this, they have such characteristic features of the chronicle as impersonality and the presence of signs of the time. As a result of the study, it was revealed that online information broadcasting is a «classic» type of

chronicle. The important features of the newsreel are such characteristics as impersonality, simple presentation, reflection of the portrait of time, potential for citation.

**Key words:** newsreel, news story, information portal.

А.Э. Сүлейменова<sup>1\*</sup>, Ә.К. Ишанова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>А. Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті, Қазақстан, Қостанай қ.

<sup>2</sup>Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.

\*e-mail: ainurfromearth@gmail.com

### **TengriTV желілік арна мысалында жаңалықтарды таратудың диахронды байланыс әлеуеті**

Бұл зерттеудің тақырыбы жаңа онлайн-хабар тарату жағдайында таныс деректі жанрлардағы өзгерістерді зерттеу қажеттілігімен байланысты. Бүгінгі күні хроника, ең алдымен, өткен дәуірдің көрнекі құжаты ретінде қабылданады, оны деректі фильмде дәйексөз немесе иллюстрация ретінде колданады. Алайда, деректі фильм түсірудің кішігірім формасы бола отырып, хроника көдімгі жаңалықтар телевизиялық хабар таратудың прототипіне айналды, ол бүгінде онлайн-хабар таратуда өзгерістер болып отыр, сондықтан жеке зерттеуді қажет етеді.

Зерттеудің мақсаты деректі хроника дәстүрлерін жалғастыру үшін ақпараттық хабар тарату мүмкіндіктерін ашу.

Ғылыми зерттеудің негізгі бағыты қазіргі кезде шежіре жанрының сәйкестендіру проблемасына айналды.

Зерттеудің ғылыми маңыздылығы деректі жанр ретінде интернеттегі желілік хабар тарату жүйесінде шежіре туралы белімді жүйелеу қажеттілігімен байланысты. Жұмыстың практикалық маңыздылығы обьективті тұжырымдармен түсіндіріледі, олардағы диахрондық коммуникация мүмкіндіктерін сақтау қажеттілігін ескере отырып, деректі және ақпараттық бейнеролистер жасауға негіз бола алады. Зерттеу әдістемесі TengriTV онлайн-каналының ақпараттық бейнематериалдарының контент-анализіне негізделген. Зерттеудің негізгі нәтижелері ақпараттық, бейнелер мен тікелей эфирлердің жазбаларында диахрондық байланыс әлеуеті бар екенін және сонымен бірге хрониканың өзіндік ерекшелігі мен уақыт белгілерінің болуы сияқты белгілерін көрсетеді. Зерттеу нәтижесінде онлайн ақпараттық хабар таратудың «классикалық» түрі екеніндігі анықталды. Хрониканың маңызды белгілері тұлғасыздық, презентацияның қарапайымдылығы, уақыт портретін бейнелеу және дәйексөз келтіру сияқты сипаттамалар. Сонымен қатар, бұл жұмыс бөлек зерттеуді қажет ететін онлайн-жаңалықтар таратудағы трансформация белгілерін анықтайды.

**Түйін сөздер:** кинохроника, жаңалықтар, ақпараттық портал.

## **Введение**

Тема данного исследования обусловлена недостаточным вниманием к вопросу создания и формирования хроники настоящего. Сегодня хроника в первую очередь воспринимается как визуальный документ из прошлого, который используется как цитата или иллюстрация в документальном фильме. Так, например, Раймонд Филдинг в приветственном слове второго издания книги «Американская хроника» пишет следующее: «Кинохроники больше нет, и подобных ей мы больше не увидим. Она почти не задерживается в воспоминаниях пожилых людей, в то время как молодому поколению придется рассказывать, что она вообще существовала и что, несмотря на его недостатки, он был влиятельным источником информации» (Fielding 2006: 1).

В научном сборнике 2014 года «Масс-медиа в мультимедийной среде» кандидат филологических наук Кемарская И.Н. указывает на то, что

черно-белая хроника сегодня не сочетается с высоким разрешением современного кадра, и ее место вполне «органично заняла компьютерная графика в виде как относительно сложной анимации, так и простейших ее элементов» (Кемарская 2014: 72). Однако компьютерная графика не производит того эффекта, который есть у хроники. В связи с тем, что хроника фиксирует ушедшие во времени события, она воспринимается аудиторией как достоверный документ действительности. К тому же отсутствие видимой обработки и эффект присутствия наделяют хронику свойством сиюминутности, приближая таким образом зрителя и автора, даже если их разделяют века и культуры. По этой причине по всем традициям постмодернизма режиссеры игрового кино XXI века представляют вымышенный мир через имитацию хроникальной записи, создав таким образом мюкюментари.

По мнению кинокритика Сергея Сычева, хроника необходима современному докумен-

тальному кино, но взять ее неоткуда. Новостные программы не справляются с задачей, ориентируясь не на содержании и киноязыке, а на формате и влиянию комментария. При всем стремлении к объективности, современные новостные программы подвержены политике и идеологии не меньше, чем советские.

К тому же нередко под видом документальных кадров используют стилизованные, обработанные специальным фильтром кадры современности или кадры из игровых фильмов. Например, знаменитый эпизод захвата Зимнего дворца из игрового фильма Эйзенштейна «Броненосец «Потемкин» можно часто увидеть в документальных фильмах о соответствующей эпохе. Многими современниками эти кадры воспринимаются как исторические. И тут стоит сказать об интенциональности хроники, то есть о направленности на экранные образы, которые понятны аудитории на психологическом и эмоциональном уровне. То есть если показать зрителю хронику о неизвестной для него культуре, не пояснив что именно происходит в кадре, зритель не сможет воспринимать и считывать информацию, и наоборот, если образы знакомы аудитории, она воспринимает их с готовностью, даже если эти образы являются частью постановки.

Одна из важнейших задач документального фильма – наряду с отражением актуальных общественно важных проблем настоящего, сохранять характерные черты времени и продлевать связь поколений для будущего, являясь своего рода «капсулой времени». Правила медиарынка влияют на документалистику, уменьшая ее возможности создавать документ времени. Полнометражный документальный фильм должен собрать кассу или просмотры, чтобы оправдать вклады инвесторов, продюсеров и рекламодателей, а значит направлен на решение вопросов здесь и сейчас. Телевизионный документальный цикл или сериал должен удерживать внимание аудитории на канале всеми доступными способами – скандалами, резкими переходами, постоянным потоком эксклюзивной информации, клиповым монтажом и пр. При этом учитываются рекламные паузы, после которых нелишним будет напомнить, о чём говорилось ранее.

Новостной сюжет, цель которого передать суть произошедшего явления, является телевизионной формой хроники, которая также часто используется как цитата в документальных фильмах. К тому же новостной сюжет роднит с хроникой и тот факт, что вербальное пояснение и толкование становится важной частью визуального послания. Недостаточно просто пока-

зать событие или явление, его необходимо проанализировать, где, при каких условиях, с кем и когда что-то происходило. Даже такой формат новости как «Без комментариев» сопровождается подписью о месте и времени действия.

Однако часто новостной сюжет представляет из себя нарезку, клип из кадров, не отображающих специфику времени, места, не передающие значения. Помимо этого, такое последствие конвергенции медиа как инфотеймент (информация + развлечение) повлекло за собой «...стирание границ между фактами, развлечениями, рекламой, вымыслом и домыслом» (Posetti 2018: 59).

Возникает вопрос о том, можно ли быть уверенными в том, что аудиовизуальная продукция современности, сохранившись в архивах сможет рассказать о нашем времени, создать связь между нашим прошлым и будущим. На сегодняшний день нет четкого ответа на этот вопрос. Возможно, в разнообразии форматов аудиовизуального вещания имеется потенциал для диахронной коммуникации.

Под понятием диахронной коммуникации понимается информационная связь поколений через медиа, которые не только отражают историческую картину событий, но и «раскрывают внутреннюю идентичность зрителя» (Mäder 2016: 157).

Современное телевидение разнообразно по структуре, типу вещанию, тематике и по роду собственности, поэтому в одном исследовании невозможно проанализировать весь контент аудиовизуального вещания, учитывая при этом широкое распространение социальных медиа, где пользователи сети Интернет выкладывают свой визуальный контент. Объектом данного исследования является новостное или информационное вещание, как один из видов модернизированного журнала. Предмет – информационное вещание онлайн-канала TengriTV как образца нового типа профессионального аудиовизуального вещания в сети Интернет.

Цель исследования – обнаружить возможности информационного вещания продолжить традиции документальной хроники. Для достижения данной цели в исследовании выполнены следующие задачи: выявлены характерные черты кинохроники; проведен сравнительный анализ кинохроники и информационного вещания на онлайн-канале TengriTV.

## Материалы и Методы

Хроника как объект исследования встречается в работах историков, культурологов, линг-

вистов и крайне редко у исследователей журналистики. Американский исследователь Джошуа Малицки отмечает важность исследования хроники в своей работе «Post-Revolution Nonfiction Film: Building the Soviet and Cuban Nations» (Malitsky 2013: 202). При этом, как пишет российский исследователь Ксения Шергова, родоначальница телевизионных новостей, кинохроника появилась как форма фиксации реальности в ответ на запрос аудитории киноаттракционов. Публика Парижа, а затем и всего мира желала увидеть места и события далеких стран, восстановить эмоциональные переживания по каким-то причинам пропущенных событий или пережить их снова. «Так, из выбора предмета для съемки, то есть путем тематического расслоения, родилась кинохроника» (Шергова 2016: 50). Телевидение, став логическим продолжением развития аудиовизуальной коммуникации кино, переняло в том числе и хронику, со временем превратив киножурнал в программу новостей. Стандарты киножурналов и хроники были основаны еще в 20-х годах XX века, после чего, в связи с международным характером распространения кинохроники, эти стандарты были приняты повсеместно, где появлялось кино (Chambers 2018: 77). Многие стандарты остаются актуальны даже в наше время: закадровый голос, емкость повествования и распределение новостей от более важной к менее важной.

Юрий Лотман говорил о дуальности кино в «Семиотике кино и проблеме киноэстетики». В частности, автор отмечал, что «прозаическое кино» стремится без остатка слиться с жизнью, в то время как «поэтическое» кино выявляет кинематографическую специфику, условность языка и суверенитет искусства. В 20-ые годы XX века четко определился конфликт между приверженцами поэтического, эстетического документального фильма и сторонниками хроникального кино, стремящегося сохранить облик события с минимальным вмешательством автора (Пронин 2017: 9). Эсфирь Шуб, переосмыслив хронику в 1927 году, создала из, казалось бы, уже не актуального материала новый продукт, и новое направление в документалистике – историко-документальное кино. «Шуб создала не только новую форму, она создала новое содержание» (Муратов 2004: 20), под которым Муратов подразумевает не то, что привносится извне, а как бы извлекается из источника; содержание, которое уже было заложено в нем. Также использовал хронику режиссер Александр Сокуров в 1987 году для фильма «И ничего больше», рассказывающего о

политических событиях, окружавших Вторую мировую войну. Автор использовал военные хроники СССР, США и Германии, при этом не все кадры были использованы для отражения конкретного события. Так, например, чтобы показать, что во время праздного спокойствия глав государств Европы Гитлер готовил план войны, хроникальные кадры танцев, политических встреч сменяются кадром с задумчивым канцлером фашистской Германии и кадром с солдатом, выглядывающим из-за дерева. К слову, этот солдат, символизирующий войну на протяжении всего фильма, время от времени выглядывает и как бы смотрит с оценкой на мир. Этот метафорический образ получился из хроники, в которой не важно, что это был за солдат, куда и для чего он смотрел. Как и Эсфирь Шуб, Александр Сокуров переосмыслил хронику, при этом ключевые встречи глав США, Великобритании и СССР, запечатленные в кинохронике, автор комментирует подробно и даже вставляет флэш форварды, демонстрируя, как выглядит кабинет, в котором была встреча, как выглядит на 1987 год дверь, в которую входили правители.

До появления телевидения кинохроника переосмысливалась, изменялась, выступала основой экспериментального документального кино и прямой пропаганды. При этом формируется и шаблон построения информации в кинохронике, который, по сути, работает и сегодня в новостных блоках: «первыми идут политические события, затем сенсационные и экзотические сообщения, в finale располагаются сюжеты о спортивных соревнованиях. Одновременно с созданием тематического канона киножурнала осваиваются и простейшие приёмы монтажа, ибо разнохарактерный хроникальный материал должен был унифицироваться в целостное экранное пространство киножурнала» (Прожико 2011: 8).

Важное родовое качество хроники – это обезличенность. Из-за этого не все исследователи принимают ее как отдельный жанр документального кино. Муратов же пишет, что хроника «в своем собственном качестве равноправна с любой другой областью документалистики» (Муратов 2004: 81). Хроника, по мнению автора, имеет границы и в функциональном плане, и в историческом. Обезличенность информационного телевизионного послания является формообразующей характеристикой новости, и в этом плане мы видим продолжение традиций киножурнала.

Беляев дает определение хронике как фильму, для которого не стоит задачей создавать

образ (отображение действительности), задача хроники – сохранение и передача некой событийной фабулы (отражение действительности). «И хроникер остается в рамках реального пространства и времени, обозначенного в последовательности. Он не путает времена и не уничтожает причинно-следственные связи» (Беляев 2017: 99).

Ксения Шергова в монографии «Становление жанра документального кино» пишет, что хроники, которые еще выходили в 60-е годы, представляли собой классическое представление документального фильма и были представлены тремя жанрами: классический, обзоры и фильмы-путешествия (Шергова 2016: 70). Под «классической хроникой» подразумевались привязанные к конкретной дате события, в котором объект съемки сам по себе имеет значение. И таким объектом мог быть как исторический или политический деятель, так и простой рабочий, совершивший трудовой подвиг. К фильмам-путешествиям относились географические и культурные очерки, которые сегодня, в связи с развитием глобализации и технологий, приобрели свою отдельную нишу в журналистике, которую называют «трэвел-журналистика».

Еще одной чертой кинохроники с момента ее развития стало простое представление, то есть неосложненная передача фактов через историю с элементами пропаганды (Baechlin 1952: 9). Развитие телевидения привело к снижению необходимости выпуска киножурналов, однако на сегодняшний день формат телевизионной программы новостей подвергается похожей конкуренции со стороны онлайн-вещания, где истории, сюжеты, ролики выходят либо в тот же день, когда происходило событие, либо параллельно с событием (прямой эфир). Помимо этого, формирующиеся новые жанры онлайн-вещания подстроены под привычки аудитории. Так, например, кэшн-видео базируется на привычке смотреть видео без звука – вся суть передается через субтитры. Возвращается простота представления события как у хроники, и при этом уменьшается необходимость в построении композиции новостной передачи, так как каждое событие появляется или продолжается отдельно от окружающих видео.

С одной стороны, документальный фильм часто связан с конкретным изображением, временем и человеком, а с другой стороны, чтобы стать общественно и культурно-значимым произведением, хронике приходится отображать общий портрет времени, в котором размыты част-

ные истории, усредняются черты поколений. Однако, как ни странно, это противоречие решается временем, потому что любое частное событие, комментарий может стать символом времени, символом эпохи. Этот символ проявляется и как часть синхронной коммуникации (актуален прямо сейчас), так и диахронной – будет иметь значение для будущего зрителя или автора (Беляев 1989: 45). Американский исследователь Билл Николс видит хронику как жанр в области пересечения документального и не документального фильмов наряду с видеокадрами, телевизионными новостями и рекламными фильмами (Bill 2010: 146).

Российский исследователь Александр Пронин рассматривает хронику как цитату в биографическом фильме, которая может как непосредственно относиться к герою повествования, так и просто служить метафорой или средством связи его со временем или настроением. Чаще всего эта цитата вписана в повествование фильма «без кавычек», то есть в качестве реминисценции, и автор называет кинохронику первоосновой для создания все новых и новых документальных палимпсестов (Пронин 2017: 165-166). Хроника как метод провокации – использования кинохроники для демонстрации герою фильма, чтобы проследить за реакцией. Муратов пишет, что в таком случае хроника становится «зеркалом времени», в котором зритель видит человека (Муратов, ст. 47). Так, например, в документальном сериале американского режиссера Джейсона Хехира «Последний танец», снятого по заказу стримингового канала «Netflix», хроника используется и как цитата, и как метод провокации. Основой истории о легендарной баскетбольной команде «Chicago Bulls» также стала хроника последнего сезона, в которой играл лучший баскетболист в истории Майкл Джордан. Помимо этого, режиссер иллюстрировал истории баскетболистов записями новостей или видео из личных архивов игроков. Когда режиссер давал посмотреть и прокомментировать небольшой эпизод из прошлого или комментарий нескольким игрокам, то перед ним раскрывались характеры и истории приобретали многомерность и объем.

В данном исследовании в качестве метода использован анализ данных видеоматериалов на казахстанском сайте TengriTV в разделе новости. Нами был выбран объект именно онлайн-вещания по той причине, что сайты таких каналов, как «Казахстан» или «31» канал, дублируют новостные сюжеты, которые создаются и демонстрируются по телевизору, а нашей целью было проследить

трансформацию новостных жанров и форматов, происходящую за счет новой аудитории и новых технических возможностей. Во время исследования был проведен анализ опубликованных информационных материалов с января 2019 года по декабрь 2020 года, что в общей сложности составило 665 видеороликов, общей длительностью в 853 минуты. Среднее количество просмотров за указанный период на сайте TengriTV составило 3 729, на YouTube платформе 103 564.

Анализ содержания онлайн-канала проводился по следующим категориям – суть передаваемого события (ритуал, соревнование, рутина), наличие клипового монтажа, эксклюзивность материала. Первая категория основана на выводах Юрия Лотмана о трёх типах человеческой деятельности, отражающейся в хронике по данным французского социолога Эдгара Морэна: «безличные действия, носящие ритуальный или церемониальный характер; военные сражения или спортивные состязания, где участники настолько захвачены происходящим; действия общего технического характера – работа с инструментом, человек у станка» (Муратов 2004: 76). Под понятием «клиповый монтаж» мы имели в виду наличие резких переходов, обилие использованных перебивок, поясняющие и иллюстрирующие синхроны, а также среднее время одного кадра, равное 5-7 секундам.

## Результаты и Обсуждение

Из числа просмотренных роликов к категории «ритуал» подошло 33%, к которым были отнесены видео, отражающие такие процессы, как заседание правительства, выступления акимов и министров, митинги, инаугурация президента и видеоИнструкции. К последним, например, относится видео «Кто может получить 42500 тенге и как подать заявку? Инструкция», где авторы подробно и наглядно рассказывают о порядке процедуры. Средняя длина видео в данной категории – 5,4 минуты. Клиповый монтаж не встречается, потому что авторы стараются показать информацию максимально отстранённо. В видео о митингах «Митинги в Алматы и Нур-Султане. Что требовали?» нет закадрового голоса или закадровой музыки, четко слышны голоса митингующих, вставлены кадры выступающих.

Под категорию «рутина» лучше всего подходят видео, представляющие собой мини-репортажи с мест событий. Например, видео о том, как проходит санитарная обработка города, или как живут люди во время карантина, или что думают

горожане об экологических проблемах в городе. Даже если изначально карантин или экологические проблемы были новостью для аудитории, то со временем их потенциал causalности снижается до уровня рутинных, повторяющихся событий. Авторы видео в данной категории запечатлевают процессы привычные сегодня, процессы, отражающие ход времени и его приметы.

К категории «соревнования» относятся видео из рубрики «спорт». В отличие от советской действительности, где помимо спорта соревнование присутствовало и в производственной сфере, в настоящее время экономические новости рассматривают рутинные, ритуальные события, при этом достижения или инновационные новшества не преподносятся в сравнении с чем-либо, а как что-то новое. Например, в видео «Испытания новых вагонов «Тұлпар-Тальго» проводят в Карагандинской области» автор демонстрирует поезд с разных позиций, предоставляя слово специалисту. Автор как сторонний наблюдатель фиксирует камерой реальность, не использует музыку, закадровый голос.

В целом из просмотренных видео на онлайн-канале «Tengri TV» художественные средства использованы в 45% видео, из которых большая часть относится к 2019 году. Чем ближе видео к настоящему времени, тем реже встречается закадровый голос, музыкальное сопровождение и клиповый монтаж. Используются новый формат видео – кэпче-видео, короткие записи на экране заменяют закадровый голос. Безусловно, в данном формате присутствуют возможности для построения драматургии, для манипулирования. Таким образом, изменяя формат новостного вещания, канал не просто возвращается к традициям хроник, а трансформирует их под потребности аудитории.

Большее количество просмотров и на YouTube, и на сайте ресурса набирают жанр репортаж и прямые эфиры. Так, например, видео «Жизнь на краю Казахстана. Умирающее село» набрало на момент исследования 665 173 просмотра на YouTube. Репортаж богат интересными визуальными решениями. Первые минуты сняты в формате кэпче-видео. На фоне снятого с высоты птичьего полета снегоочистителя появляется информация о заброшенном селе. Художественность и ёмкость данного кадра дает возможность отнести данный репортаж к документальному фильму, однако кадры с синхронами героев, стендапов журналиста и концентрация на одной проблеме в целом говорят, что перед зрителем тематический репортаж. В свою очередь, такого рода

репортаж близок к хронике, так как запечатлеет, пусть и условленными методами, но реалии современности, имеющие потенциальную ценность документа для будущих поколений.

Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом.

В свое время телевидение, переработав традиции киножурналов, создало формат новостного выпуска, в рамках которого сегодня существуют различные журналистские жанры: новостной сюжет, репортаж, опрос и пр. Современное онлайн-вещание также переосмыслияет традиции прошлого, формируя собственные жанры: скринкаст, кэпче-видео, пранк, влог и влогмас. Так же как и хроника, эти материалы сегодня используются для создания монтажного документального кино. Так, например, в 2011 году вышел фильм режиссеров Кевина Макдональда и Ридли Скотта «Жизнь за один день», в котором использовались 4 500 часов роликов пользователей YouTube из 192 стран, в которых был зафиксирован один день – 24 июля 2010 года.

Мы наблюдаем изменения в информационном ролике онлайн-канала, который на первых этапах процессов конвергенции и детализации был повторением телевизионного сюжета, но сегодня отличается от него и структурой (более прямолинеен, лишен клипового монтажа), и целью (используется и пересматривается несколько раз). Такая трансформация информационного ролика приближает его к хронике и включает систему «документальной сети» (documentary nexus), о которой пишет Анна Вил в монографии «The New Documentary Nexus». Автор подразумевает под «документальной сетью» не сборник документальных фильмов (например, документальный фильм, телевизионный фильм и веб-документальный фильм), а сеть практик и дискурсов, которые связаны между собой и активно информируют друг друга.

### **Заключение и выводы**

Исходя из данных исследования, определив связь в цепочке «хроника-телевизионная новость-онлайн вещание», можно выделить сле-

дующие критерии потенциала диахронной коммуникации, характеризующие хронику как жанр документалистики:

1) хроника не передает авторскую позицию, однако может включать в себя идеологическую задачу как показатель времени;

2) хроника воспринимается аудиторией как документ, содержащий достоверную информацию;

3) хроника не включает в себя сложную монтажную обработку и в зависимости от уменьшения художественных средств (музыка, закадровый текст) становится более объективным передатчиком информации;

4) хроника связывает между собой тенденции прошлого и будущего через фиксацию настоящего;

5) хроника фиксирует частные истории как часть тенденций или общей истории поколения, при этом акцентируя внимание на приметах времени;

6) информационный ролик можно считать разновидностью хроники при условии сохранения цели – фиксации не столько фактов, сколько признаков времени;

7) важной чертой хроники является потенциальная возможность использования ее в качестве цитаты о времени, отраженном в ее содержании;

8) для понимания и интерпретации хроники необходимо верbalное сопровождение и способность аудитории воспринимать образы на психологическом и эмоциональном уровне.

Необходимо исследовать хронику не только в контексте исследования кинематографии или культуры, но и в рамках исследования как отдельно телевидения, интернет-вещания, так и в рамках исследования журналистики и коммуникаций в целом, потому что «документальная сеть» включает в себя и новостные блоки, и выложенные в интернет-сети личные видеопользователей, и задокументированные процессы мирового значения, и рекламные фильмы о различных брендах на основе сторителлинга. Все это является аудиовизуальным документом жизни современного поколения, по которому нас будут оценивать и анализировать.

### **Литература**

- Беляев И.К. Монолог о главном // Современный российский форматный документальный фильм. Сборник научных статей. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – С. 98-101.  
Борисов С.И. Технология создания документального фильма. – М.: Директ-Медиа, 2019. – С. 80.  
Baechlin P. Newsreels across the world. – Paris: UNESCO, 1952. – P. 9.  
Chambers C. Researching Newsreels. Local, National and Transnational Case Studies. – London: Palgrave Macmillan, 2018. – P. 77.

Fielding R. The American Newsreel: A Complete History, 1911-1967. – Jefferson: McFarland & Company, 2006. – P. 1.

Кемарская И.Н. Особенности драматургии научно-развлекательной ТВ-программы // Масс-медиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиакоммуникаций». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 65-78.

Muratov S.A. Пристрастная камера. – М.: Аспект-Пресс 2004. – С. 20-81.

Mäder M.-T. Between Migration and Integration. Representing Religious Boundaries in Swiss Documentaries // Constructions of Cultural Identities in Newsreel Cinema and Television after 1945. – Wetzlar: Majuskel Medienproduktion GmbH, 2016. – P. 157.

Malitsky J. Post-Revolution Nonfiction Film: Building the Soviet and Cuban Nations. – Indiana: Indiana University Press, 2013. – P. 202.

Nichols B. Introduction to documentary. – Indiana: Bloomington, 2010 – P. 146.

Прожико Г.С. Экран мировой документалистики. – М.: ВГИК, 2011. – С. 8.

Пronin A.A. Mass-док: презумпция нарративности. – СПб.: ИД Петropolis, 2017. – С. 10-166.

Posetti J. Journalis, «fake news» & disinformation. – Paris: UNESCO, 2018 – P. 59.

Шергова К.А. Становление жанров документального телекино (1960-е – начало 2000-х гг.). – М.: Академия медиаиндустрии, 2016 – С. 50-70.

Wiehl A. The «New» Documentary Nexus – Networked|Networking in Interactive Assemblages. – Newcastle: Cambridge Scholars, 2019. – P. 4.

### References

Belyayev I.K. (2017) Monolog o glavnom // Sovremennyy rossiyskiy format dokumental'nogo telefil'ma [Monologue about the main thing // Modern Russian formatted documentary television film], pp. 98-101.

Borisov S.I. (2019) Tekhnologiya sozdaniya dokumental'nogo fil'ma [Technology for making a documentary film]. M.: Direkt-Media, p. 80.

Baechlin P. (1952). Newsreels across the world. Paris: UNESCO, p. 9.

Chambers C. (2018). Researching Newsreels. Local, National and Transnational Case Studies. London: Palgrave Macmillan, p. 77.

Fielding R. (2006). The American Newsreel: A Complete History, 1911-1967. Jefferson: McFarland & Company, p. 1.

Kemarskaya I.N. (2014) Osobennosti dramaturgii nauchno-razvlekatel'noy teleprogrammy // SMI v mul'timediyoy srede. Osnovnyye problemy i zony riska [Features of the drama of a scientific and entertainment TV program // Mass media in a multimedia environment. Main problems and risk areas]. pp. 65-78.

Muratov S.A. (2004) Smeshchennaya kamera [Biased camera]. M.: Aspekt-Press, pp. 20-81.

Mäder M.-T. (2016). Between Migration and Integration. Representing Religious Boundaries in Swiss Documentaries // Constructions of Cultural Identities in Newsreel Cinema and Television after 1945. Wetzlar: Majuskel Medienproduktion GmbH, p. 157.

Malitsky J. (2013). Post-Revolution Nonfiction Film: Building the Soviet and Cuban Nations. Indiana: Indiana University Press, p. 202.

Nichols B. (2010). Introduction to documentary. Indiana: Bloomington, p. 146.

Prozhiko G.S. (2011) Ekran mirovogo dokumental'nogo kino [World Documentary Screen]. M.: VGIK, p. 8.

Pronin A.A. (2017) Mass-doc: Prezumptsiya narrativa [Mass-doc: the presumption of narrative]. SPb.: ID Petropolis, pp. 10-166.

Posetti J. (2018). Journalis, «fake news» & disinformation. Paris: UNESCO, p. 59.

Shergova K.A. (2016) Vozniknoveniye zhanrov dokumental'nogo televideniya (1960-ye – nachalo 2000-kh) [Formation of genres of documentary telecine (1960s – early 2000s)]. M.: Akademiya mediaindustrii, pp. 50-70.

Wiehl A. (2019). The «New» Documentary Nexus – Networked|Networking in Interactive Assemblages. Newcastle: Cambridge Scholars, p. 4.

2-бөлім  
**АҚПАРАТ ӘЛЕМІ**

---

Section 2  
**WORLD OF INFORMATION**

---

Раздел 2  
**МИР ИНФОРМАЦИИ**

L.S. Akhmetova 

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty  
e-mail: l.s.akhmetova@gmail.com

## INFORMATION RESOURCES FOR THE RECONSTRUCTION OF THE COLLECTIVE PORTRAIT OF THE HEADQUARTERS OF THE 316TH RIFLE DIVISION IN 1941

The article talks about the author's search work for staff of the headquarters of the first body of the 316th rifle division in 1941 in the battle of Moscow. The goal: based on the open archives of Russia and Kazakhstan in 2017, to give an analysis of the personal data of staff employees of 1941.

**Methods:** Methodology of comparative-historical research, methodology and technique of socio-logical research, comparative-historical method and analysis of statistical data, etc. Take advantage of interdisciplinary methodology, content analysis, and qualitative document analysis.

Based on the study of only recently discovered data for researchers, a number of important conclusions that refute the opinions voiced in the twentieth and early 21st centuries were made. The headquarters included representatives of 6 nationalities of the country. More than a quarter of the headquarters were non-partisan people. 77.8% of commanders with higher and secondary education worked at the headquarters. 54.2% of staff employees did not have a military education, which is one of the reasons why the division was called militia. The division served as a bridgehead for the offensive operations of the Moscow battle, which drove the enemy hundreds of kilometers from the capital.

The practical significance of the study is the possibility of using its results in the field of culture and history.

The results of the study can be integrated into educational processes. Tips and recommendations are given to journalists and PR specialists on how to cover topics based on the search for archival materials and its analysis. Materials can be included in history, journalism and public relations textbooks of the twentieth century.

**Key words:** 316 rifle division, Central Archive of the Ministry of Defense of Russia, Central Archive of the Republic of Kazakhstan, journalists, archive works coverage in media.

Л.С. Ахметова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы к.  
e-mail: l.s.akhmetova@gmail.com

### 1941 жылы 316-атқыштар дивизиясы штабының ұжымдық портретін қалпына келтірудің әкпараттық ресурстары

Мақалада 1941 жылы Мәскеу түбіндегі шайқаста 316-атқыштар дивизиясының бірінші құрамының штабының қызметкерлері туралы автордың іздеу жұмыстары сипатталған. Мақсаты: 2017 жылы Ресей мен Қазақстанның ашық мұрағаттары негізінде 1941 жылғы штабтық қызметкерлердің сауалнамалық деректеріне талдау жасау.

Әдістері: салыстырмалы-тариhi зерттеудің әдіснамасы, социологиялық зерттеудің әдіснамасы мен техникасы, салыстырмалы-тариhi әдіс және статистикалық деректерді талдау және т.б. пәнаралық, әдіснаманың, контент-талдаудың және құжаттарды сапалы талдаудың артықшылықтарын пайдалану. Зерттеушілер үшін жақындаған табылған деректерді зерттеу негізінде XX және XXI ғасырдың басында айтылған пікірлерді жоққа шығаратын бірқатар маңызды тұжырымдар жасалды. Штаб құрамында еліміздің 6 ұлт өкілі болды. Штабтың төрттен бір бөлігі партиядан тыс адамдар болды. Штабта жоғары, орта-техникалық, және орта білім бар командирлердің 77,8% жұмыс істеді. Штаб қызметкерлерінің 54,2%-ында әскери білім болған жоқ, сондықтан дивизия милиция деп аталды. Дивизия мәскеуік шайқастың шабуылдау операциялары үшін плацдарм ретінде қызмет етті, жауды Астанадан жүзденеген шақырымға ығыстырыды.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы оның нәтижелерін саясаттанушылардың мәдениетпен тарих саласында қолдануы болып табылады. Журналистер мен PR-мамандарға мұрағат материалдарын іздеу және оны талдау негізінде тақырыптарды қалай жариялау керектігі туралы кеңестер мен ұсыныстар берілді.

Материалдар XX ғасыр тарихы, журналистика және жүртшылықлен байланыс және басқа да әлеуметтік-гуманитарлық пәндер оқу күралдары мен оқулықтарына енгізілуі мүмкін.

**Түйін сөздер:** 316-атқыштар дивизиясы, Ресей Қорғаныс министрлігінің Орталық мұрағаты, Қазақстан Республикасының Орталық мұрағаты, журналистер, мұрағаттардағы жұмысты медиада жария ету.

Л.С. Ахметова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,  
e-mail: l.s.akhmetova@gmail.com

## Информационные ресурсы формирования коллективного портрета штаба 316-й стрелковой дивизии в 1941 году

В статье освещается поисковая работа автора в Центральном архиве Министерства обороны России и Центральном архиве Казахстана по штатным работникам штаба первого состава 316-й стрелковой дивизии в 1941 году, участвовавшего в битве под Москвой. Цель: на основе открытых архивов России и Казахстана в 2017 году дать анализ анкетных данных штабных работников дивизии в сентябре-декабре 1941 года.

Методы: сравнительно-исторический метод и анализ статистических данных, методология сравнительно-исторического исследования, методология и техника социологического исследования, и т.д. Использование преимуществ междисциплинарной методологии, контент-анализа и качественного анализа документов.

На основе изучения недавно открытых для исследователей данных были сделаны важные выводы, опровергающие мнения, озвученные в XX и начале XXI веков. В составе штаба были представители 6 национальностей страны. Больше четверти состава штаба были беспартийными. В штабе работали 77,8 % командиров, имеющих высшее, среднетехническое и среднее образование. 54,2 % штабных работников не имели военного образования, в том числе и поэтому дивизия называлась ополченческой. В тяжелейших боях октября-декабря 1941 года дивизия послужила плацдармом для наступательных операций Московской битвы, отбросившей врага на сотни километров от столицы.

Практическая значимость исследования заключается в использовании его результатов в области культуры и истории политологами, журналистами, экспертами, студентами.

Данная работа может быть представлена как практика для новой истории постсоветских стран и в самой республике. Даны советы и рекомендации журналистам и PR-специалистам, как освещать темы на основе поиска и анализа архивных документов. Материалы могут быть включены в учебники по истории XX века, учебные пособия по журналистике и связям с общественностью, а также в учебные материалы других социогуманитарных дисциплин.

**Ключевые слова:** 316-я стрелковая дивизия, Центральный архив Министерства обороны России, Центральный архив Республики Казахстан, журналисты, освещение в медиа работы в архивах.

### Introduction

Almost 80 years have passed since the beginning of the creation of the Panfilov's division. Repeatedly described in literature, feature films and documentaries, poems, songs and musical works, the legendary Panfilov's division continues to excite the minds and current generation of great-grandchildren of the winners.

The relevance of issues of military history, in particular the Panfilov's division, as well as the patriotic education of youth, is still important today. Since these issues have undergone such significant changes, today it is important to understand the problems of almost 80 years ago and show the current state of what they wrote and talked about in those distant years. In its history, since its creation in July 1941, the division had the deafening glory of the first winners in the Great Patriotic War. In fighting of the well-known division, there was everything: victories and defeats, defensive and offensive combats, bravery, courage and failures,

retreats, encirclements and losses of staff. In war as in war. There was everything. However, at first, they wrote and spoke only in a praiseworthy form; also, there was time of denial.

Three information wars had to be survived by the Panfilov's division: in the late 40s, in the late 80s of the last century and in the 10th years of the XXI century (Grigoriev V. K., Akhmetova L. S., 2011; Grigoriev V. K., Akhmetova L. S., 2013; Akhmetova L. S., 2020).

The theoretical and practical significance of the topic is also necessary, since Kazakhstan has been living as a sovereign country for almost 30 years. In addition, the new challenges of the time in the era of innovative technologies made it possible to open the world to everyone and on their own. This imposes certain duties and at the same time gives the right to decide for itself and determine the importance of certain events of the past. Nevertheless, it is necessary to know history, compare facts, study it on all sides, breaking dogmas and stereotypes, study the white spots of history; to study what they did not know and did not talk about, but happened in reality, to have their own point of view.

Unfortunately, recently there has been a tendency to mythologize history or silence certain facts. Moreover, it is observed all over the world.

The object of the study is headquarters of 316th Infantry Division named after I.V. Panfilov in 1941.

The goal: to study recently discovered materials in 2017 of the Central Archive of the Ministry of Defense of the Russian Federation (CAMD of the Russian Federation) and the Central Archive of the Republic of Kazakhstan on 316th rifle – 8th guards division named after I.V. Panfilov in 1941.

**Tasks:**

1. Study of the materials of the CAMD of the Russian Federation and CAR of RK.
2. Compilation of a collective portrait of headquarters of 316th rifle division.
3. Analysis of data of employees of headquarters.
4. Show the division headquarters: why under their leadership the fighters and commanders survived, fought and won?
5. Give new knowledge for historians, political scientists, journalists, researchers and in the Internet space.

**Methods:** Methodology of comparative-historical research, methodology and technique of sociological research, comparative-historical method and analysis of statistical data, etc. Take advantage of interdisciplinary methodology, content analysis, and qualitative document analysis.

**Approaches:**

- Study of materials of the CAMD of the Russian Federation and the CAR of the Republic of Kazakhstan.
- Analysis of the biographical data of the commanders of headquarters 316 rifle division in a comparative historical study;
- Learning lessons and new challenges.

**Hypotheses:** the past still overcomes the present, and not only in the eyes of the elder generation, but also young people, history lessons are not learned, on the contrary they are mythologized and presented in other more positive, and sometimes negative content.

**Value:**

Today in Kazakhstan emphasis is placed on the study of the history of distant past centuries, and somehow the history of the twentieth century is forgotten. Complex, contradictory and little studied from modern positions, democratic approaches and other views; therefore, it is necessary to focus on the study of the history and media of Kazakhstan of different periods of the twentieth century, including the now open archives of the former USSR on military history.

## Background

The article is devoted only to the first composition of the headquarters of the legendary division. They are still to face battles in October-December 1941 near Moscow, glorifying them for centuries.

The most famous division in 1941-1945 in the Soviet Union, which had to survive a lot in the war, and after the war three more information attacks passed the Panfilov's division in its almost 80-year history.

Many books and articles have been written about 316th rifle – 8 Guards Division in our country [Bek A., 1943; Momysh-uli B., 1963; Nishchuk N. 1988, 2015; Selivanov F., 1959; Snegin D., 1948; Trefilov A., 1982; Usenov A., Enikeev S., Dordiy T., 1989.; Usenov A., Trefilov A., 1991; Von Bock, Fedor., 2011; Halder F., 2012; Rodric B., 2007; Borisov O., Koloskov B., 1975; Nelles T., 1969; Klaus Froh, 2010; Reinhard K., 1980; Hart B. L., 2000; Haupt V., 2010].

Working in the Central Archive of the Ministry of Defense of the Russian Federation (CAMD of the Russian Federation), I worked on two lists of headquarters of 316th infantry division of 1941.

The first list from the book of the official list of the commanding staff of 316th rifle division (RD), which was probably compiled back in Alma-Ata, the second list consists of people transferred to the new book, as noted in the first list, to the division headquarters [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9; f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8]. The second list is called «The commanding staff of the 316th rifle division on October 1, 1941». On the last page there is the inscription «Head of the 4th branch 316th RD, quartermaster of the 3rd rank – Revyakin» and below the inscription «Checked» of the assistant chief – the signature of Guzenkov V.D., technician-quartermaster of the 2nd rank and date 30.09.41 [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 7.-8].

What is the similarity and difference between the two lists?

In the first list there are 17 items: number, name of posts by state of wartime, official category, number of Military accounting specialty, number of posts by state of wartime, surname, first name, patronymic, military rank, year of birth and nationality, party status and duration, social status, military and civil education, where they come from (for the frame, indicate from which part and position, and for the district military commissariat assigned from the reserve, where it is registered); then 6 points under the common line – additional information about the

command personnel; number of military accounting specialty, in which year he was dismissed from the Red Army, in which year he was last trained, appointed time of arrival by mobilization, place of civil service, position and phone number, home address and phone number.

The second list contains 14 items of the table: the name of posts by state, the number of posts by state, composition and category, No. of Military accounting specialty, surname, first name, patronymic and military rank, time of appointment and number of order/district/, year of birth, party membership: member of the All-Soviet Communist Party, candidate on membership of All-Soviet Communist Party, member of the Komsomol. General information. Which last educational institution he graduated from or from which class-course he dropped out. Military. Military-political and military-special, both in the Red Army and in the old army. Nationality. Participation on the fronts. Marital status (married or single), last name, first name and patronymic of the wife, father and mother, how many children. Place of birth and home address. Note on departure from the part, when and where and No. Order/District/.

According to the squad of 1941, the headquarters of the infantry division was supposed to be 76 people.

In the first list – 76 items are listed, 4 vacant positions are named and at the end it is noted that 72 people are available.

The second list also has 76 posts, 4 vacancies, total: 72 people.

Thus, we will talk in the article about 72 commanders of the headquarters of the 316th infantry division.

The average age of the command staff was 34.5 years. The oldest was Major General, commander Ivan Vasilievich Panfilov, born in 1893, he was 49 years old at that time, and the youngest was the assistant to the head of the 2nd department, he was also a translator, Lieutenant Mikhail Mikhailovich Valitov, born in 1922, who was 19 years old [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9].

As an important item from the second list, the question should be noted: «Did he participate on the fronts». Out of 72 people, only 16 participated in the First World War or civil wars, that is, they had combat experience, thus only 11.5% had military experience [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8]. It is no coincidence that even during the formation of the division, a conversation took place between Commander I.V. Panfilov and senior lieutenant

B. Momyshev about the fact that the division is militia, and all fighters and commanders knew about this [Central State Archive of the Republic of Kazakhstan (CSA of RK), B. Momyshev Foundation, f. 1432, inventory 1, case 5, p.7-8., Snegin D., 1983; Naumov N.F., 2006]. In addition, German military leaders noted the same (Von Bock, Fedor., 2011; Halder F., 2012; Haupt V., 2010). However, in Soviet times, and even now, the military also cannot agree with this.

Extract from the order to the troops of the Central Asian Military District.

No. 0044, July 12, 1941 Tashkent

Contents: On the formation of a 316th rifle division in the District.

By August 1, 1941 in the District to form:

1. 316th rifle division by state... Dislocation in Alma-Ata city. The composition and number of units of the division in Appendix No. 4. I assign the formation of 316th infantry division to the division commander Major General PANFILOV

2. Staffing of the division with personnel, horse personnel, transport and all types of property shall be made at the expense of the resources of the District...

3. Quartering of the formed rifle division at the formation point should be carried out in public buildings (clubs, schools, winter cinema and other vacant premises).

Horse train, vehicles to place on land plots and deserts in the area of...

... On the progress of formation, the division commander to inform ME daily to the 20.00 on telegraph.

Basis: Directive of the General Staff of the Red Army of 8.7.41

Appendix: list of parts on 1 sheet

Commander of the troops of Central Asian Military District, Major General TROFIMENKO.

Brigade Commissioner Efimov.

Chief of Staff of Central Asian Military District, Major General Kazakov [CAMD of RF, f. 1063, inventory 1, case 4, p. 1-3].

Order on 316th rifle division.

July 14, 1941 No. 001 Alma-Ata city

1 This day I arrived in Alma-Ata city and took command of 316th rifle division

2 The division headquarters is located in the Aero Club (Proletarskaya Street)

Commander of 316th RD Major General (PANFILOV)

Deputy Chief of Staff, Captain (HOFFMAN) [CAMD of RF, f.1063, inventory 1, case 4, p. 4].

...

– Summer 1941 in Alma-Ata was hot, gruelling stuffy. But we, the fighters and officers of the 316th rifle division formed here, despite the great tension, relatively easily tolerated the heat and fatigue from difficult military service. We understood that blood is pouring at the front. We seek for battle and defend our homeland...

In fact, the formation and training of the soldiers of the division continued only a month. On July 13, regiments and units began to be equipped. On the same day that the order to be sent to the front was received, the hum of training shooting ceased. On August 18, the first echelons touched down. We were encouraged by the leaders of the party and the government of Kazakhstan.

On the eve of loading, Dzhambul arrived in the division. At the age of 95, he held courageously, believed in victory.

The Kazakhs have such a custom, – said the akyn, – to give the warmth of their hearts and blessing the to the warrior who is going into battle.

I'll execute it.

Having met with fighters, Dzhambul invited I.V. Panfilov and a group of commanders to visit him. Panfilov's soldier, a participant in this meeting, writer P. Kuznetsov conveys the farewell words of akyn.

– The fate of Kazakhs is forever connected with the Russian people. Without the Russian people, the steppe is an orphan. May this friendship be cemented by the holy blood of the batyrs in the fights with the Nazis», said Dzhambul and, putting his hand on the shoulder of the Russian general, solemnly and excitedly added:

– Lead the young Jigites, teach them, make them heroes, so that the Motherland is pleased with our sons.

I.V. Panfilov fulfilled the order of the great akyn: the warriors glorified him and their names forever (Trefilov A.. 1982).

What is the portrait of the headquarters of the 316 rifle division?

**Table 1** – National composition of headquarters of 316th rifle division

No	Nationality	Quantity
1	Russians	57
2	Ukrainians	8
3	Kazakhs	3
4	Jews	2
5	Bashkir	1
6	Georgian	1
	Total	72

The command staff and fighters of the 316th rifle division were proud of the international composition of their division. At the beginning of

the war, the first composition of the entire division included 36 nationalities. In table 1, staff members of 6 nationalities are presented.

**Table 2** – Party composition of headquarters of 316th rifle division

No	Party composition	Quantity
1	Communist party of Soviet Union or candidate to Communist party of Soviet Union	46
2	KOMSOMOL	7
3	Non-partisan	19
	Total	72

The party composition of staff workers, of course, should have been high, but professionals were taken to the division, ridiculously selecting each fighter, not only

the command staff, so there are Komsomol members and non-party members in the headquarters. Note that 26.3% were non-partisan headquarters commanders.

**Table 3** – Social status of staff members of 316th rifle division

No	Social status	Quantity
1	Employees	43
2	Workers	13
3	Peasants	11
4	Students	5
	Total	72

In Soviet times, serious attention was paid to social origin, especially commanders. This is how we observe a picture of what in general was already at the beginning

of the war, employees already accounted for most of it – 59%, of which, of course, there were employees – personnel military, as we will see in Table 5.

**Table 4** – Civilian education of headquarters of 316th rifle division

No	Education	Quantity
1	Higher and n/higher	18
2	Average	31
3	Average technical and average special	7
4	9 classes	3
5	7 classes	5
6	6 classes	1
7	5 classes	3
8	4 classes	2
9	No education	1
10	No record	1
	Total	72

Civilian education was high enough for employees of the headquarters of that period. 77.8% were commanders with higher and secondary education. In addition, we note that after the civil

war and before the Great Patriotic War, the country was able to overcome the illiteracy of the population, and a qualified headquarters was created in the Central Asian territorial district.

**Table 5** – Military formation of headquarters of 316th rifle division.

No	Military education	Quantity
1	Military Academy and not full course of Military Academy	6
2	Military High School	12
3	Military schools	6
4	8 months up to 2 years of military courses	10

5	No education	38
	Total	72

If we take the percentage of employees of the division headquarters, then we note a fairly high percentage of people who did not have a military

education – almost 54.2%. It is no coincidence that the division was called militia. (Haupt V., 2010).

**Table 6** – Places where staff workers came from (military units or assigned from the reserve of regional military commissariat, where they were registered).

No	The place where they came from	Quantity
1	Kazakhstan	39
2	Uzbekistan	24
3	Kyrgyzstan	2
4	Russia	2
5	Tajikistan	1
6	Turkmenistan	4
	Total	72

An analysis of staff workers who arrived in the division shows that the headquarters of the Central Asian Military District (CAMD), located in Tashkent, sent specialists in various military

specialties from all its military units, military registration and enlistment offices, in addition, specialists from Russia arrived, probably those who were on a business trip to CAMD at that time.

**Table 7** – Civilian Staff Duty Station.

No	Civil service	Quantity
1	The military who do not have civilian services	34
2	Alma-Ata	27
3	Tashkent	2
4	Jambul	2
5	Aktyubinsk	1
6	East Kazakhstan	1
7	Uzbekistan, Tashlak district	1
8	Uzbekistan, Kokand	2
9	Kyrgyzstan, Jalalabad	1
10	Russia, Oryol Oblast	1
	Total	72

I allocate civilian service places for military personnel in Table 7 on purpose, to show once

again that more than 50% did not have a military specialty.

**Table 8** – Place of birth of staff of 316th rifle division.

No	Place of birth	Quantity
1	Russia	50
2	Kazakhstan	12
3	Ukraine	6
4	Belarus	1
5	Georgia	1
6	Latvia	1
7	Moldova	1
	Total	72

Once again, pay attention to the place of birth of staff employees. The geography of their cities is

wide. We only allocated a place of birth in the Union republics.

**Table 9** – Place of residence at the time of recruitment or secondment to headquarters of 316th rifle division.

No	Home address	Quantity
1	Kazakhstan	34
2	Uzbekistan	16
3	Russia	12
4	Turkmenistan	4
5	Kyrgyzstan	3
6	Ukraine	2
7	Georgia	1
	Total	72

[Tables 1-9 were compiled by the author based on the materials of the data of the CAMD RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9; f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8].

The headquarters wrote a home address at the time their family lived at the beginning of the war. Some were single or had no relatives, so they wrote, for example, the Tashkent Infantry School.

According to the second list, 9 people were single (among them 1 – unmarried), one was divorced, but had a child, the remaining 62 people were married, mostly all had children.

71 people – men and one woman – military paramedic Karpova Praskovya Petrovna [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 7.-8].

In the first list at the end on the right, where the transfer to another list is noted, there was a note that two people were killed, one was missing. We will also add the division commander to the list of those killed.

1. Panfilov Ivan Vasilievich – division commander, major general [CAMD of RF, f.8

Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 2.-3] – killed 18.10.1941.

2. Vasiliev Alexei Andreevich – senior political instructor, senior instructor in the organization of party work – killed 22.10.1941 [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 3.-4].

3. Skornyakov Vasily Pavlovich – political instructor, editorial secretary – killed near the village of Sokolovo. 27.11.1941 [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 5.-6].

4. Anashkin Mikhail Vasilievich – political instructor, senior instructor in propaganda and agitation – went missing. 19.10.1941 [CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 3.-4].

Thus, we cannot write that this was a complete list of those killed, missing and wounded in 1941, but it is necessary to note them. And we note that in the second list, as noted above, there is 14th last column in the table, which is called «Note on retirement from the part, when and where and no order/district/» it turned out to be empty, not filled.

**Table 10 – On the number and combat strength of the headquarters of 316th rifle division.**

No	Division Commandment on date	Staff	By List
1	20.09.41.	76	71
2	10.10.41.	76	72
3	20.10.41.	77	75
4	05.11.41.	77	74
5	10.11.41.	77	76
6	10.12.41.	77	71
7	16.12.41.	81	71

[Table 10 is compiled by the author based on the materials of the CAMD RF, f.8 Guards rifle division, inventory 8, case 84, p. 12, 19, 23, 33, 34, 42, 42 a.].

The number and combat composition of the 316 infantry division according to the above dates are available for all parts of the division. It is understandable that the headquarters should always be staffed according to the full program, as a higher body. In case of the departure of commanders, other commanders from lower divisions were transferred to headquarters, and such documents are available in the CAMD of the Russian Federation.

It should be noted that in the difficult battles of three months near Moscow in 1941, the division emerged victorious, but having lost more than three quarters of its composition, this is with some replenishment, which were given by Center and Stalin. And even from division management reports, we can observe that it never had 100% of its staff.

This is a description of documents postponed in the Central Archive of the Ministry of Defense of the Russian Federation according to the biographical data of the headquarters of the Panfilov Division.

We must continue to study the documents of the war years, not mythologizing our history of the twentieth century. It is necessary to read books and memoirs, the generalized databank Memorial and other memorial pages on the Internet, to be able to distinguish facts from manipulations of both the Soviet and the current period.

#### What have we achieved?

A new layer of knowledge was obtained on the commanders of the headquarters of the 316 rifle division, which now allows us to arguably prove the events of those days, to understand that some documents have not survived, and it is necessary to know that manipulating and inventing what was not in the documents is unacceptable in relation to history.

## Results

a) For the first time, the open archives of the Panfilov division made it possible to answer many questions that worried the public, including journalists

b) The documents of the archives at headquarters 316 of the infantry division of 1941 were analyzed, positive aspects and a number of errors made out of ignorance or consciously to manipulate the life and battles of our division were shown.

c) Positive and negative aspects in the study of the division are shown through three information wars regarding 1941. Panfilov division and the feat of 28 Panfilov's men.

In general, this is a collective portrait of the commanders of the headquarters of the 316th rifle division. Hence the conclusions:

## Conclusions

1. The average age of commanders is 34.5 years.

2. The headquarters was multinational, represented by 6 nationalities of the Soviet Union.

3. More than a quarter of the staff were not party members, which meant a union between party and non-party people to protect the fatherland.

4. More than 50% of people did not have a military education, and this figure indicates a militia division.

5. More than three quarters of the total had higher and secondary education. This is thanks to the policy of universal literacy, including in the service of the Red Army, military training.

6. The militia division was able to repulse the elite German troops in its defense zone: in October 1941, opposing 1 to 6, and in November 1941 – 1:5, having great superiority against itself not only the numerical superiority of the enemy, but also, of course, numerical superiority in equipment, weapons, etc.

7. Tables 8 and 9 show that it was not only the Kazakh and Kyrgyz division. At the place of birth, most of the staff were from Russia, at the place of residence – from Kazakhstan and Uzbekistan. It was true – the people's division of the entire Soviet Union.

8. The example of the headquarters of the Panfilov division shows the revival of national history by local authors.

9. Stereotypes regarding the history of the twentieth century of Kazakhstan and the USSR are gradually changing. The appearance of other national, Kazakh heroes, their inclusion in the history of Kazakhstan becomes clear. Local scientists, historians have carried out all this work.

## Conclusion

The goal set at the beginning of the article has been solved. The cases of the headquarters of the Panfilov division in 1941 were studied. The statistics of the commanders of the headquarters in the fierce 1941 are shown.

The above methods of comparative historical research were used.

New challenges of time pose other goals, but without knowledge of history, changing stereotypes, using different sources and studying facts, it is impossible to move forward and qualitatively improve knowledge.

The practical significance of the study is the possibility of using its results in the field of culture and history by political scientists, journalists, experts, students, undergraduates and doctoral students of universities.

## Recommendations

The results of the study can be integrated into educational processes. The experience of Kazakhstan can be presented as a practice for the new history of the post-Soviet countries and in the republic itself. Materials can be included in textbooks of the history of the twentieth century, journalism and other social and humanitarian disciplines.

## Литература

- Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Яростный 1941. Размышления историков. – Алматы, 2011. – 384 с. ISBN 978-601-247-167-0; Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Панфиловцы: 60 дней подвига, ставших легендой. – Алматы, 2013. – 280 с. ISBN 978-601-247-965-2; Ахметова Л.С. Панфиловцы: наша гордость, наша слава. – Алматы, 2020. – 724 с. ISBN 978-601-7419-20-2
- Бек А. Волоколамское шоссе. – Алматы, 2019. ISBN 978-601-80498-4-2; Момыш-улы Б. Генерал Панфилов. – А-А., 1963. -132 с.; Нищук Н. Дорогой бессмертия. – Фрунзе. 1988; Славный путь Панфиловской дивизии. – Бишкек, 2015. ISBN 978-9967-33-069-6; Селиванов Ф. Панфиловцы. – М.: Полит. литература. – 1959. – 142 с.; Снегин Д. На дальних подступах. – А-А, 1948; Трефилов А. У ворот Москвы. – А-А, 1982; Усенов А., Еникеев С., Дордий Т. Строки огненной летописи (Указатель литературы о панфиловцах 316 сд). – А-А., 1989. – 72 с.; Усенов А., Трефилов А. Мы – из Панфиловской. – А-А., – 1991. – 224 с.
- Фон Бок, Федор. Я стоял у ворот Москвы. Военный дневник командующего группой армий «Центр». – М., 2011. – 512 с. ISBN 978-5-699-53085-4; Гальдер Ф. Военный дневник. 1941-1942. – М., 2012-704 с. ISBN 978-5-271-41037-6; Rodric Braithwaite; Moscow 1941; Vintage Books, New York, 2007; p. 298; Oleg Borisov, Boris Koloskov. Soviet-Chinese relations, 1945—1970; Indiana University Press (1975). ISBN 9780253354105. pp. 163—164; Toni Nelles. Zeittafel zur Militärgeschichte der Deutschen Demokratischen Republik, 1949 bis 1968; Deutscher Militärverlag (1969). OCLC 4984029. p. 204; Klaus Froh. Chronik der NVA, der Grenztruppen und der Zivilverteidigung der DDR 1956-1990. Köster (2010). ISBN 9783895747458. p. 140; Рейнгард К. Поворот под Москвой. Крах гитлеровской стратегии зимой 1941/1942 года. – М., 1980; Харт Б.Л. Битвы Третьего Рейха. Воспоминания высших чинов генералитета нацистской Германии. – М., 2000; Хаупт В. Битва за Москву. – Первое решающее сражение Второй мировой. 1941-1942. – М., 2010. – 220 с. ISBN 978-5-227-02169-4
- ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 1-9; ф.8 гвсд, оп.2, д.5, лл. 1-8.
- ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.2, д.5, лл. 7об. -8.
- ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 1-9. Подсчеты произведены автором.
- ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.2, д.5, лл. 1-8. Подсчеты произведены автором.
- Центральный Государственный Архив Республики Казахстан (ЦГА РК), фонд Б. Момыш-улы, ф. 1432, оп.1, д. 5, лл.7-8,112: Снегин Д. На дальних подступах. Собрание сочинений, том 5. – Алма-Ата, 1983. – 575 с. /97/
- Наумов Н.Ф. В заснеженных полях Подмосковья. – Жуковский: Кучково поле. 2006. – 412. /215/
- Фон Бок, Федор. Я стоял у ворот Москвы. Военный дневник командующего группой армий «Центр». – М., 2011. – 512 с. ISBN 978-5-699-53085-4; Гальдер Ф. Военный дневник. 1941-1942. – М., 2012-704 с. ISBN 978-5-271-41037-6; Хаупт В. Битва за Москву. – Первое решающее сражение Второй мировой. 1941-1942. – М., 2010. – 220 с. ISBN 978-5-227-02169-4
- ЦАМО РФ, ф. 1063, оп.1, д. 4, л. 1-3.
- ЦАМО РФ, ф.1063, оп.1, д. 4, л. 4.
- Трефилов А. У ворот Москвы. – Алма-Ата: Казахстан. – 1982. -136 с. /7/.
- Хаупт В. Битва за Москву. – Первое решающее сражение Второй мировой. 1941-1942. – М., 2010. – 220 с. /160-161/. ISBN 978-5-227-02169-4

Таблицы 1-9 составлены автором по материалам ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 1-9; ф.8 гвсд, оп.2, д.5, лл. 1-8.  
ЦАМО РФ, ф. 8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 7 об. – 8.  
ЦАМО РФ, ф. 8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 2 об. – 3.  
ЦАМО РФ, ф. 8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 3 об. – 4.  
ЦАМО РФ, ф. 8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 5 об. – 6.  
ЦАМО РФ, ф. 8 гвсд, оп.2, д.14, лл. 3 об. – 4.

Таблица 10 составлена автором по материалам ЦАМО РФ, ф.8 гвсд, оп.8, д.84, лл. 12, 19, 23, 33, 34, 42, 42а.

### References

Grigoriev V. K., Akhmetova L. S. Yarostniy 1941. Razmishleniya Istorikov (Fierce 1941. Reflections of historians). – Almaty, 2011. – 384 p., ISBN 978-601-247-167-0; Grigoriev V. K., Akhmetova L. S. Panfilovtsy. 60 dney podviga, stavshih legendoi (Panfilov men: 60 days of feat, which became a legend). – Almaty, 2013. – 280 p., ISBN 978-601-247-965-2; Akhmetova L. S. Panfilovtsy: nashi gordost, nashi slava (Panfilov's men: our pride, our glory). – Almaty, 2020. 724 pages, ISBN 978-601-7419-20-2.

Bek A. Volokolamskoe shosse (Volokolamsk highway). – M., 1943, ISBN 978-601-80498-4-2; Momysh-uli B. General Panfilov. – A-A, 1963. -132 p.; Nishchuk N. Dorogoi bessmertiya (Road to immortality). – Frunze. 1988; Slavnyi put Panfilovskoy divizii (The glorious path of the Panfilov division). – Bishkek, 2015, ISBN 978-9967-33-069-6; Selivanov F. Panfilovtsy. – M.: Polit. literature. – 1959. – 142 p.; Snegin D. Na dalnih podstupah (On the far approaches). – A-A, 1948; Trefilov A. U vorot Moskvi (At the gates of Moscow). – A-A, 1982; Usenov A., Enikeev S., Dordiy T. Stroki ognennoy letopisi (Lines of the Fire Record) (Index of Literature on Panfilov 316th RD). – A-A, 1989. – 72 p.; Usenov A., Trefilov A. Mi iz Panfilovskoy divizii (We are from Panfilov's division). – A-A, – 1991. – 224 p.

Von Bock, Fedor. I was standing at the gates of Moscow. Military diary of the commander of the army group «Center» – M., 2011. – 512 p., ISBN 978-5-699-53085-4; Halder F. War diary. 1941-1942. – M., 2012-704 p., ISBN 978-5-271-41037-6; Rodric Braithwaite; Moscow 1941; Vintage Books, New York, 2007, p. 298; Oleg Borisov, Boris Koloskov. Soviet-Chinese relations, 1945—1970; Indiana University Press (1975). ISBN 9780253354105. pp. 163—164; Toni Nelles. Zeittafel zur Militärgeschichte der Deutschen Demokratischen Republik, 1949 bis 1968; Deutscher Militärverlag (1969). OCLC 4984029. p. 204; Klaus Froh. Chronik der NVA, der Grenztruppen und der Zivilverteidigung der DDR 1956-1990. Köster (2010). ISBN 9783895747458. p. 140; Reinhard K. Turn near Moscow. The collapse of Hitler's strategy in the winter of 1941/1942. – M., 1980; Hart B. L. Battle of the Third Reich. Memoirs of the highest ranks of the general of Nazi Germany. – M., 2000; Haupt V. Battle for Moscow. – The first decisive battle of World War II. 1941-1942. -M., 2010. – 220 p., ISBN 978-5-227-02169-4.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9; f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 7.-8.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9. The author made the calculations.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8. The author made the calculations.

Central State Archive of the Republic of Kazakhstan (CSA of RK), B. Momysh-uli Foundation, f. 1432, inventory 1, case 5, p.7-8., Snegin D. On the far approaches. Collected works, volume 5. – Alma-Ata, 1983. – 575 p. /97/

Naumov N.F. In the snowy fields of the Moscow region. – Zhukovsky: Kuchkovo field. 2006. – 412. /215/

Von Bock, Fedor. I was standing at the gates of Moscow. Military diary of the commander of the army group «Center.» – M., 2011. – 512 p. ISBN 978-5-699-53085-4; Halder F. War diary. 1941-1942. – M., 2012-704 p., ISBN 978-5-271-41037-6; Haupt V. Battle for Moscow. – The first decisive battle of World War II. 1941-1942. -M., 2010. – 220 p., ISBN 978-5-227-02169-4

CAMD of RF, f. 1063, inventory 1, case 4, p. 1-3.

CAMD of RF, f.1063, inventory 1, case 4, p. 4.

Trefilov A. U vorot Moskvi (At the gates of Moscow). – Alma-Ata: Kazakhstan. – 1982. -136 p./7/.

Haupt V. Battle for Moscow. – The first decisive battle of World War II. 1941-1942. -M., 2010. – 220 p. /160-161/. ISBN 978-5-227-02169-4

Tables 1-9 were compiled by the author based on the materials of the data of the CAMD RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 14, p. 1-9; f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 1-8.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 7.-8.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 2.-3.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 3.-4.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 5.-6.

CAMD of RF, f.8 Guards rifle division, inventory 2, case 5, p. 3.-4.

Table 10 is compiled by the author based on the materials of the CAMD RF, f.8 Guards rifle division, inventory 8, case 84, p. 12, 19, 23, 33, 34, 42, 42 a.

Г.Н. Ким 

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,  
e-mail: germankim01@yahoo.com

## ПАНДЕМИЯ КАК КАТАЛИЗАТОР КОНСОЛИДАЦИИ ОНЛАЙНОВЫХ СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КОРЕЙСКИХ ДИАСПОР СНГ

Коронавирусная пандемия оказала катастрофическое воздействие на общественную и личную жизнь людей всей планеты. Впервые СМИ отдали на долгое время передовицы газет и прайм-тайм в эфире обсуждению одной темы – Ковид-19. Спрос на информацию резко подскочил, поэтому казалось, что СМИ получат от ажиотажа только выгоду. Однако вскоре, вопреки ожиданиям, проявилось деструктивное воздействие пандемии на СМИ.

Цель статьи заключается в исследовании специфики корейских диаспорных СМИ, позволившей им удержаться в условиях пандемии на плаву; в анализе вызовов, вставших на пути периодических печатных изданий и механизмов преодоления возникших проблем в условиях глобальной цифровизации и технологической конвергенции.

На современном этапе целесообразность расширения онлайновой коммуникации и обмена информацией стала совершенно очевидной. Пандемия отчетливо выяснила тренды транзита общественной и личной жизни из реального мира в виртуальный. Статья указывает на стратегию развития онлайновых диаспорных СМИ, дает практические рекомендации этнокультурным объединениям по поддержке своей коммуникационной и информационной сети.

Основу методологии исследования составляет принцип историзма, так как перспектива формирования сети онлайновых СМИ русскоязычных корейцев СНГ аргументируется ретроспективой самой диаспоры и функционирования ее традиционных СМИ.

В результате проведенного исследования обоснована актуальность консолидации корейских онлайновых СМИ в СНГ, призванной обеспечить оптимизацию расходов материально-финансовых ресурсов, разнообразие контента и укрепление культурного обмена с исторической родиной.

Ценность статьи заключается в новизне подхода в изучении функционирования традиционных и онлайновых СМИ корейских диаспор в условиях пандемии и карантина, выводы, полученные в результате исследования, могут быть экстраполированы на механизмы формирования онлайновых каналов коммуникации и информатизации других диаспор в СНГ.

Основные положения статьи, апробированные в виде доклада на международной конференции корейских диаспорных СМИ (Москва, 2021), нашли одобрение всех ее участников – главных редакторов газет и модераторов Интернет-ресурсов в странах СНГ. В настоящий момент разрабатывается уставной документ, который официально оформит консолидированную сеть корейских (русскоязычных) диаспорных онлайновых СМИ.

**Ключевые слова:** диаспора, Интернет, консолидация, контент, средства массовой информации, социальные сети.

G.N. Kim  
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,  
e-mail: germankim01@yahoo.com

### Pandemia as a catalyst of consolidation of online media and social networks of the korean diasporas in the cis

The coronavirus pandemic has had a devastating impact on the public and private lives of people around the planet. For the first time, the media devoted to the single topic – Covid-19 newspapers' editorials and prime time on the air for a very long time. The demand for information had skyrocketed, and it seemed that the media would only benefit from the hype. However, soon, contrary to expectations, the destructive impact of the pandemic on the media became obvious.

The paper is aiming to consider the peculiarities of the Korean diaspora media, which allowed them to stay afloat amid the pandemic; to examine the challenges faced by print media in the pandemic; analyze the mechanisms of overcoming the encountered problems in the context of global digitalization and technological convergence.

Currently the feasibility of expanding online communication and information exchange has become obvious. The pandemic has clearly highlighted the trends in the transit of public and private life from the off to online world. The paper points to the strategy for the diaspora digital mass media development and gives practical recommendations to ethno cultural associations how to support their virtual communication and information network.

The research methodology is based on the main principle of historicism, since the prospect of the formation of online media network of Russian-speaking Koreans in the CIS is substantiated by a retrospective of the diaspora existence and functioning of its traditional media.

As a result of the study, the relevance of the consolidation of Korean online media in the CIS was substantiated. The author points out that the consolidation of Diaspora media will provide the cuts of expenditures, diversity of content and reinforcement of cultural exchange with the historical homeland.

The value of the article lies in the novelty of the approach in the studies of traditional and online media of the Korean Diasporas in the pandemic and quarantine. The lessons obtained in the case study can be extrapolated to the mechanisms of the formation of online networks of other Diasporas in the CIS.

The key points of the paper were presented at the international conference of the CIS Korean Diaspora media (Moscow, 2021) and were approved by all the participants – chief editors of newspapers and moderators of internet resources. Currently a charter document for institutionalization of the Korean Diasporas online media network is under development.

**Key words:** diaspora, internet, consolidation, content, media, social networks.

Г.Н. Ким

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

e-mail: germankim01@yahoo.com

### **Пандемия ТМД-дағы корей диаспораларының онлайн БАҚ пен әлеуметтік жөндерін шоғырландырудың катализаторы ретінде**

Короновирустық пандемия бүкіл планетадағы адамдардың қоғамдық және жеке өміріне апatty әсер етті. Алғаш рет бұқаралық ақпарат құралдары ұзак үақыт бойы әфирде газеттер мен прайм-таймдардың ковид-19 талқылауын өткізді. Ақпаратқа деген сұраныс құрт өсті, сондықтан бұқаралық ақпарат құралдары толқудан пайда көретін сияқты болды. Алайда көп үзамай пандемияның БАҚ-қа деструктивті әсері байқалды.

Мақалада корей диаспоралық БАҚ-тарының олардың күнделікті тіршілікте қалыс қалмауына мүмкіндік берген ерекшеліктері зерттеледі; онда мерзімді баспасөз басылымын мен теле-радио компаниялар жолында туындаған сын-тегеуріндер қарастырылады; жаһандық цифровизация және технологиялық конвергенция жағдайында туындаған проблемаларды енсеру тетіктері талданады.

Қазіргі кезеңде желілік байланыс пен ақпарат алмасуды кеңейтудің қажеттілігі айқын болды. Пандемия қоғамдық және жеке өмірдің нақты әлемнен виртуалдыға өту трендтерін айқын көрсетті. Мақалада онлайн-диаспора медиасын дамыту стратегиясы көрсетілген, этномәдени бірлестіктерге олардың коммуникациялық және ақпараттық желісін қолдау бойынша практикалық үсіністар берілген.

Зерттеу әдістемесі тарихшылдық (историзм) принципіне негізделген, өйткені ТМД-да орыс тілді корейлердің интернет-медиа желісін қалыптастыру болашағы диаспораның өзі және оның дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі ретроспективасымен негізделген.

Зерттеу нәтижесінде корейлік онлайн бұқаралық ақпарат құралдарын ТМД-да біріктірудің өзектілігі дәлелденді, ол материалдық және қаржылық ресурстардың құнын оптимизациялауда және тарихи отанымен мәдени алмасуды нығайтуға бағытталған.

Мақаланың құндылығы пандемия мен карантин жағдайында корей диаспораларының дәстүрлі және онлайн бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін зерттеуге деген көзқарастың жаңалығында, зерттеу нәтижесінде алынған қорытындыларды ТМД-дағы басқа диаспораларды ақпараттандырудың көрнекті мысалы ретінде қарастыруға болады.

Корей диаспорасының бұқаралық ақпарат құралдарының халықаралық конференциясында (Мәскеу, 2021) баяндама түрінде тексерілген мақаланың негізгі ережелерін оның барлық қатысушылары газеттердің бас редакторлары және ТМД елдеріндегі интернет-ресурстардың модераторлары мақұлдады. Қазіргі үақытта корей (орыс тілді) диаспораларының онлайн-бұқаралық ақпарат құралдарының шоғырланған желісін реиси түрде реисмдейтін жарғылық, құжат өзірленуде.

**Түйін сөздер:** диаспора, интернет, шоғырландыру, контент, бұқаралық ақпарат құралдары, әлеуметтік жөндер.

## Введение

С обрушившимся лавиной сообщений о коронавирусе казалось, что для индустрии СМИ настали лучшие времена. Людям как воздух была необходима достоверная и оперативная информация о «чуме» 21-ого века, о том, каковы ее симптомы, как уберечься от нее, насколько она опасна для здоровья? Вскоре стало ясно, что пандемия и введенный во многих странах строгий карантин полностью нарушили привычный образ жизни. Коронавирусная пандемия нанесла мощнейший удар по средствам массовой информации всех стран, на спасение которых потребовалась масштабная государственная поддержка.

Наметившийся тренд перетекания центра тяжести в деятельности СМИ из печатного, аналогового формата в цифровой и виртуальный получил в результате пандемии мощнейший толчок. Нынешняя угроза, нависшая над всем человечеством, не знает прецедентов в мировой истории. Региональные пандемии чумы, оспы и холеры в Европе средневековья и нового времени повторялись неоднократно и продолжались длительное время, до тех пор, пока не были найдены эффективные методы профилактики и лечения эпидемиологических болезней. Исходя из уроков истории, человечество должно вынести уроки и найти в сжатые сроки механизмы и пути перестройки привычной жизни в условия чрезвычайного положения в глобальном масштабе. Впервые воздействие пандемии коронавируса вызвало широчайший интерес ученых всех отраслей как естественно-технологических, так и социально-гуманитарных наук. Журналисты во многом опередили ученых в первых публикациях о проблемах, возникших в результате пандемии, и ее последствиях. Подведение итогов научных исследований еще предстоит. Впрочем, многие вопросы, связанные с пандемией, остаются белыми пятнами и обширными лакунами в отечественной и мировой историографии.

Актуальность статьи определяется отсутствием научных исследований о состоянии и перспективах развития корейских диаспорных СМИ в условиях пандемии и необходимостью поиска путей преодоления возникших проблем.

## Материалы и методы

В написании статьи использовались несколько блоков материалов, содержавших необходимую фактологию. Первый блок представляли корейские диаспорные газеты, издающиеся в

странах СНГ, в том числе «Коре ильбо» (Алматы), «Коре синмун» и «Корейцы Узбекистана» (Ташкент), «Российские корейцы» (Москва), «Коре синмун» (Уссурийск), «Ся Коре Синмун» (Южно-Сахалинск), «Корейцы Ростова на Дону» (Ростов на Дону), «Ильчи» (Бишкек). Во второй блок вошли материалы таких веб-ресурсов, как портал arirang.ru, koreans.kz и таких популярных сайтов kore-saram.ru, koreanclub.ru, ok.ru/koreanok и десятков других. Третий, наиболее массовый по охвату подписчиков блок материалов, представлен контентом диаспорных корейских сетей, возникших Facebook и Whatsup. Самая многочисленная на сегодня корейская диаспорная группа в Facebook под названием «82 авеню» объединяет на сегодня без малого 125 тыс. человек. Групп, объединяющих по разным интересам десятки тысяч подписчиков из русскоязычных корейских диаспор, насчитывается уже с дюжину. Очень важным по значимости источником исследования стало содержание бесед с главными редакторами корейских газет и модераторами сайтов.

Новизна материалов сказалась на приоритетности исследуемой парадигмы взаимосвязей пандемии с перспективами развития диаспорных СМИ. Новизна статьи заключается в предлагаемом механизме повышения жизнеспособности, функциональной эффективности и оптимизации финансовых, материальных и интеллектуальных ресурсов путем консолидации онлайновых СМИ и социальных сетей русскоязычных корейских диаспор СНГ.

## Научная методология

Анализ катализаторского эффекта пандемии на интеграцию корейских диаспорных СМИ и социальных сетей проводился комплексным использованием разноплановых методов исследования: кросс-культурного, функционального, дескриптивного, контент-анализа и т.д. Методологическую основу исследования составили теоретические концепты таких отраслей науки, как диаспорология, этническая социология, история, информатизация, медиаэкономика и т.д.

Методологическую основу статьи составляет принцип историзма, так как актуальность консолидации диаспорных онлайновых СМИ обоснована не только в контексте пандемии, но и исторической ретроспективой. Историко-ситуативный подход позволил переплести три стержневых понятия «диаспора», «интернет» и консолидация и применить как общенаучные, так и специальные методы научного анализа.

Автор исходил из гипотезы, что диалектика двуединства интеграционных процессов диаспоры в мейнстриме страны проживания и процессов консолидации внутри самой диаспоры отражается в миссии и контенте диаспорных СМИ.

### Обзор литературы

Научная литература по исследуемой проблеме, с одной стороны, отличается скучностью, так как проблемы, возникшие с пандемией коронавируса, еще не успели стать объектами специальных исследований. Ковид-19 стремительно захватил многие страны мира, число инфицированных росло с геометрической прогрессии и круто поползла вверх кривая в графике летальных исходов от пандемии. Люди, в том числе и ученые, оказались не готовыми к изучению новых вызовов, но сейчас по прошествии времени развертываются научные исследования последствий пандемии и ее влияния на мировую и национальные экономики, демографические и миграционные процессы, здравоохранение, образование и все другие сферы жизни. Этническим диаспорам, которые отличаются небольшой численностью в общей структуре населения, удалено еще меньшее внимание в контексте пандемии.

В статье использовались теоретические положения и методологические принципы разных фундаментальных и прикладных наук, связанных, прежде всего, с исследованиями этнических диаспор и функционированием печатных и онлайновых СМИ. Особое значение имели научные труды, в которых анализировались процессы внутридиаспорной консолидации в целом, и среди корейских диаспор в частности.

Автор придерживается идей таких исследователей, как Р. Хеттлаге, У. Ханнерц, Т. Фаист, Р. Коэн, Р. Кохейн, Дж. Най, А. Бра, считающих важнейшей функциональной характеристикой диаспоры ее стремление к формированию этнических сетей коммуникаций. Эти сети охватывают и скрепляют людей, происходящих из одной страны, по признаку крови. Исследования одной из важных функций диаспоры, выполняющей трансмиссию своей этнической культуры, отражены в работах А. Ашkenази, Г. Шеффера, Р. Хеттлаге, Дж. Клиффорда, У. Ханнерца.

Тематика, связанная с проблемами этнических диаспор, становится все более актуальной для казахстанской науки. К пионерам казахстанской диаспорологии, исследовавших историю и

современность зарубежной казахской диаспоры, относятся Г.М. Мендикулова, Набижан Мухаметхан-улы, Зардыхан Кинаят-улы, Б.И. Ракишева.

Ряд ученых посвятили свои исследования исторического прошлого и современности корейских диаспор в СНГ. К наиболее продуктивным и известным из них относятся Н.Б. Ем, Г.В. Кан, Г.Н. Ким, Д.В. Мен, Н.С. Пак (Казахстан); Ф. Бугай, Ю.И. Дин, А.Т. Кузин, Б.Д. Пак, Пак Сын Ы. Ж.Г. Сон (Россия); П.Г. Ким, А.Х. Раҳманкулова, М.Д. Тен, В.С. Хан (Узбекистан), а также южнокорейские профессора Им Енг Сан, Ли Гванг Гю, Ли Джя Мун, Сим Хон Енг, Хванг Енг Сам, Ю Сан Вон и ряд других.

Особую группу в диаспорных исследованиях, имеющей актуальное значение для теоретических конструкций статьи, представляют статьи о специфике использования диаспорой средств массовой информации и той роли, которые они исполняют для ее жизнедеятельности в эпоху глобальной цифровой информатизации и коммуникации (Georgiou 2006, 2013; Yu 2019; Bahk and Jandt 2004; Wenjing 2005).

На первом этапе захвата пандемией ведущих стран мира люди, в том числе и ученые, не оказались готовыми жить, учиться и трудиться в условиях строгого карантина и возникших ограничений. К настоящему времени разворачиваются исследования пандемии и ее влияния на мировую и национальную экономику (Carlsson-Szlezak, Phillip, Reeves, Swartz 2020; Ozili, Arun 2020); демографические и миграционные процессы (Goldstein, Lee 2020; Borjas, Cassidy 2020), здравоохранение (Porcher 2020), образование (UNESCO 2020) и все другие сферы жизни. Однако малочисленные диаспоры привлекли гораздо меньше внимания в контексте глобальной болезни. Первоначальные академические дискуссии и доклады на конференциях посвящались в основном мобилизации диаспор во время пандемического кризиса и ее связей с этнической родиной (Diaspora and the pandemic 2020).

### Результаты и обсуждение

В возникших кризисных условиях пандемии деятельность корейских диаспорных газет отмечена определенной спецификой. Прежде всего, это касается финансового положения СМИ корейских диаспор в странах СНГ, избежавших проблемы дефицита средств, по следующим причинам и обстоятельствам.

Во-первых, все корейские диаспорные СМИ в меньшей степени, чем другие зависят от государ-

ственного бюджетирования. Почти все печатные издания частично субсидируются из бюджетов корейских диаспорных ассоциаций, частных спонсорских средств, а также эпизодической материальной поддержки этнической родины (Южной и Северной Кореи).

Во-вторых, в отличие от крупных, ежедневных газет, пострадавших от резкого сокращения рекламы, корейские диаспорные газеты не ощущают чувствительных потерь, так как денежные средства от рекламы составляли около 1-2 процентов общего бюджета. Назвать рекламой в прямом смысле это сложно, исходя из малых тиражей и ее слабой эффективности в увеличении спроса и продаж.

В-третьих, все корейские диаспорные газеты выходят в лучшем случае раз в неделю, часть из них издавалась от случая к случаю или раз в месяц. Газеты не содержат оперативную новостную информацию, поэтому «перебой» или «техническая пауза» в несколько недель или даже месяцев не относятся к разряду катастрофических для их имиджа (Чен 2020).

В-четвертых, для корейских диаспорных газет финансовые поступления от подписки не играют существенной роли. К тому же некоторые из них, к примеру, газета «Коре ильбо», дают возможность подписки в любой момент и на любой срок (Ким, 2020).

В-пятых, все корейские диаспорные СМИ действуют независимо друг от друга, не имеют филиалов или корпунктов и рассчитывают только на свои ресурсы. Эпизодические случаи кооперации проявляются в виде обмена материалами и взаимного участия в юбилейных мероприятиях корейских диаспор СНГ. Соответственно между ними отсутствует тесная взаимозависимость, конкуренция и конфликт интересов.

В-шестых, в редакциях диаспорных СМИ сохранился костяк журналистов и авторов с длительным стажем работы, то есть в них не произошла «революционная смена» поколений, а идет медленная ротация кадров. Старшее поколение журналистов удерживает работа в диаспорных газетах нечто гораздо большее, чем размер заработной платы.

В-седьмых, советские корейцы, как свидетельствуют данные Переписей населения, выделялись абсолютным численным преобладанием городского населения и высоким уровнем высшего образования (Kim, Kim 2020). В постсоветский период корейские диаспоры отличались наличием широкого слоя людей интеллектуального труда. Поэтому доля подписчиков диаспорных

газет по отношению к общей численности корейцев, оказалась выше, чем у альтернативных периодических изданий. Например, ежегодное среднее число подписчиков газеты «Коре ильбо» составляет около 1200 человек, т.е. порядка 5 процентов всех трудоспособных корейцев Казахстана. Ни одна из республиканских газет не имеет такого высокого относительного показателя, хотя в абсолютных показателях число их подписчиков может быть в десятки раз больше (Ким, 2020)

В-восьмых, русскоязычные корейцы по уровню образования, численности городского населения и по среднему размеру дохода могут иметь в семье как один или несколько электронных девайсов, с которыми могут выходить в Интернет.

В-девятых, все корейские диаспорные газеты запустили свои электронные версии, доступные для бесплатного скачивания, текущего и предыдущих номеров на своих веб-страницах и с портала arirang.ru.

Таким образом корейские диаспорные газеты, в силу сложившихся обстоятельств, избежали в условиях пандемии и карантина острых проблем, с которыми столкнулись многие другие печатные издания в странах СНГ. На текущее время характерен уровень дигитализации корейских диаспорных СМИ, превышающий средние показатели по странам СНГ. В то же время урбанизированные корейские диаспоры имеют более широкий доступ к высокоскоростному интернету и мобильной сотовой связи, что обеспечивает обратную связь между дигитальными источниками информации и ее потребителями.

Как показала практика повседневной жизни последнего десятилетия, Интернет способен коренным образом изменить окружающую действительность. Коронавирус придал мощнейший толчок в цифровизации повседневной жизни. Несколько цифр для сравнения: полтора десятилетия тому назад доступ в мировую сеть имели 620 млн человек, или около 10% населения планеты. На начало 2020 года более 4,5 миллиарда людей пользовались интернетом, а аудитория социальных сетей перевалила за отметку в 3,8 миллиарда, то есть почти 60% землян проводили регулярно свое время виртуальном мире (Digital 2020). В условиях пандемии и режима карантина произошел взрывной рост числа активных пользователей интернета.

Наиболее активными акторами и пользователями Интернета и социальных сетей как и прежде являются: органы власти; средства массовой информации; бизнес-структуры; национальные

и международные НПО, сетевые организации; политические партии; индивидуальные проекты, культурные проекты, онлайн-сообщества; научные, образовательные организации, библиотеки; диаспоры и т.д. Безусловно, в период пандемии и вынужденного социального десантирования произошли форсированные и масштабные процессы реструктуризации и расширения онлайнового мира и его «жителей» (от англ. слова *netizen*, образованного по аналогии с *citizen*).

В 21 веке человечество пришло в эпоху технологической конвергенции, стержень которой составляют дигитализация и цифровой формат контента, позволяющие с высокой скоростью передавать не только текстовый, но и «тяжелый» аудиовизуальный контент (*Technological Convergence*). Миниатюризация электронных устройств облегчила транспортабельность, а долгожительство аккумуляторов обеспечили стабильный доступ к сети и сотовой связи. Конвергенция означает «перемену ролей» у разных средств коммуникации, возможность получать один и тот же контент разными каналами, что привело к рождению новых интегрированных жанров, таких как *infotainment* или *edutainment* и т.п. Технологическая конвергенция предоставила также интерактивность как одну из важнейших составляющих современной коммуникации. Наконец, конвергенция – это слияние рынков, на котором скрепляются прочными связями технологическая инфраструктура, коммуникационные сети, услуги, создание программных продуктов и т.д.

Таким образом, современная техническая сторона позволяет, с одной стороны, и вынуждает людей, с другой стороны, проводить значительную часть времени со смартфонами, которые стали универсальными средствами связи, обмена и получения информации, просвещения, образования, досуга, шоппинга, интернет-банкинга, сервисных услуг, групповой коммуникации, консолидации людей по профессиональному, гендерному, возрастному и этническому признаку и т.д. Технологическая конвергенция обусловила конвергентные процессы в пространстве медийного бизнеса и появление конвергентной журналистики как фактора оптимизации информационно-коммуникативных процессов (Lugmayr, Dal Zotto 2016; Олешко 2018).

В РУНЕТе и других национальных сегментах интернета (на русском языке) в странах СНГ первые веб-ресурсы о корейцах СНГ появились в конце 90-х годов прошлого века. В русскоязычных сегментах интернета на рубеже веков и миллиенiuma имелось порядка 40-50 сайтов с корей-

ской тематикой. Структура основных акторов в русскоязычном киберпространстве, во многом не совпадала с таковой у корейской диаспоры. Однако, средства массовой информации составляли исключение. После развала Советского Союза в постсоветской пространстве появились новые корейские диаспорные газеты и журналы, издававшиеся в Москве («Диаспора», «Российские корейцы», «Ариран»), Санкт-Петербурге («Коре Сарам»), Южно-Сахалинске («Се коре синмун»), Хабаровске («Вондонг»), Алмате («Коре ильбо»), Ташкенте («Коре синмун») и т.д. В России, Казахстане и Узбекистане транслировались теле- и радиопрограммы на корейском языке. Однако лишь газета «Ариран» имела веб-страничку с эпизодическим обновлением ([www.arirang.ru](http://www.arirang.ru) 2020).

Следует отметить, что в течение двух последних десятилетий руководство корейских диаспор в СНГ не осознавало преимуществ интернета в своей деятельности. В итоге, диаспорные сайты и веб-странички оказались представленными в основном индивидуальными проектами любителей-энтузиастов. При этом в процессе контент-анализа, проведенного в начале 2000-х гг., выявилась закономерность, которая, на первый взгляд, противоречила логике. Дело в том, что влиятельные в реальной жизни Ассоциации корейцев России, Казахстана и Узбекистана остались не вовлечеными в онлайновую жизнь. В то время как незначительные по численности корейские диаспоры Киргизстана, Сахалина и Каракалпакии заявили о себе в Сети, причем в первом случае заметна рука государственных органов, а в последних двух – финансовая и техническая помощь со стороны исторической родины.

Видимо, причина такой алогичности заключалась в том, что численно крупные корейские общины в Москве, Алматы и Ташкенте использовали традиционные каналы коммуникации для контактов между собой и с внешним миром. Находившиеся на периферии корейцы испытывали дефицит общения и информации в реальности и пытались компенсировать его за счет виртуального мира.

Другая закономерность, присущая всем интернет-акторам, имела место также и в случае с корейской диаспорой, а именно, наибольшее число инициаторов и исполнителей веб-проектов представлено учащейся молодежью. Поэтому в поле зрения попадает ряд «сайтиков» корейской молодежи, к примеру: Молодежных корейских центров в Томске, и Улан-Удэ, Андрея Шека о жизни корейцев в Белоруссии, проекта

«Профессионал» Молодежного движения корейцев Казахстана по трудуоустройству молодых специалистов и другие. Есть несколько форумов корейской молодежи, в которых они общаются и обмениваются информацией, новостями и советами, к примеру «Корё сарам объединяйтесь!», «Место встречи корё сарам» и т.п.

Молодежные форумы и чаты, выполняли важную коммуникативную функцию среди корейской молодежи, выявляли актуальные проблемы и новые вызовы, содействовали внутриэтнической консолидации и формированию идентичности молодого поколения корейских диаспор СНГ.

На начальном этапе внедрения интернета в повседневную жизнь молодежь абсолютно доминировала среди пользователей и действующих лиц в онлайновом мире. При этом практически все модераторы веб-ресурсов являлись энтузиастами-самоучками. Людей зрелого возраста и с профессиональными навыками в ИТ-технологиях или электронных СМИ в корейской среде не наблюдалось.

Вот с таким небогатым, по существу, скучным багажом корейских диаспорных сайтов, текстового и иллюстративного контента, малочисленной группой непрофессиональных администраторов веб-ресурсов корейцы стран СНГ подошли к началу пандемии. Еще хуже обстояло дело с архивацией, систематизацией и подачей видео-контента о русскоязычных корейских диаспорах. Начало было положено видеоканалом на YouTube «Уримал Бансон» ГТРК «Сахалин». Программа была создана редакцией вещания на корейском языке в 2004 году на бюджетные средства, так как корейцы на острове являлись вторым по численности этносом, доля которых в общей численности населения была самой крупной среди административных единиц не только России, но и всех стран СНГ (Уримал Бансон). Других видеоканалов корейцев в Центральной Азии не было до конца 2010-х годов.

Молниеносный захват коронавирусом множества стран, геометрическая прогрессия в росте жертв пандемии, неподготовленность государственных органов и медицинских учреждений, строгие режимы карантина, вынужденная самоизоляция и т.п. в буквальном смысле шокировало человечество. Людей охватила паника и растерянность, каждый человек стал спрашивать, куда обращаться за помощью, где искать спасения.

В таких критических ситуациях люди, как правило, ищут поддержки у своих соплеменников. Такую модель поведения мы видим на примере

русскоязычных корейцев в Южной Корее, число которых за последние несколько лет выросло до 85 тысяч человек. Оказавшись на своей этнической родине, корейцы СНГ испытали такой же культурный шок, как и русские, узбеки или казахи, приехавшие в Южную Корею на заработки. Чтобы вместе преодолеть проблемы адаптации, решать проблемы и находить необходимую информацию касательно регистрации в иммиграционной службе, трудоустройства, поиска жилья и т.д., во всех крупных городах образовались русскоязычные социальные группы в Facebook, и самое крупное из них «82-ое авеню. Наши в Корее», которое насчитывает 122 046 членов по состоянию на 12 декабря 2020 года (82avenue 2020). К подписчикам группы относятся также и те, кто живет не в Корее, но собирается отправиться на заработки и нуждается в свежей житейской информации. В 2018 г. в Сеуле была учреждена общественная организация «Ассоциация коре сарам<sup>1</sup> в Республике Корея», представляющая интересы 80 тысяч русскоязычных корейцев – выходцев из Центральной Азии и России. Сегодня в открытой группе этой организации в Фейсбуке числятся 6 279 подписчиков (АКРК 2020).

Начавшиеся после развода Советского Союза расхождения в былой единой совокупности советских корейцев усилились с течением времени и к настоящему времени в странах СНГ образуются «катомарные» корейские диаспоры, которые сохраняют пока общий («молекулярный») менталитет, общую русскоязычность, общую память о прошлом, родственные связи с родными, проживающими в ближнем зарубежье. Проблемы для консолидации корейских диаспор на постсоветском пространстве поставили на повестку вопросы восстановления связей между русскоязычными корейскими диаспорами в виртуальном киберпространстве.

В условиях пандемии особую актуальность приобрели объективные предпосылки для онлайновой консолидации корейских диаспорных СМИ и социальный сетей в СНГ, в том числе: инфраструктура интернета, сотовой связи; новые модели электронных девайсов, появление электронных двойников традиционных бумажных диаспорных СМИ, рост спроса на аудио-визуальный контент и т.д. Набор субъективных факторов разнообразен, и к нему можно причислить: проживание корейцев преимущественно в крупных городах, русскоязычность всех корейских диаспор СНГ, высокий образовательный уровень,

<sup>1</sup> Корё сарам – этноним и самоназвание корейцев, предки которых переселились в 1860-1920 годах на русский Дальний Восток.

относительно стабильное материальное положение, смена поколений в руководстве корейских общественных организаций, образовательная и материально-техническая поддержка Южной Кореи в обучении корейской молодежи айти-технологиям, рост интереса у молодых корейцев к своей этнической и диаспорной идентичности.

В условиях пандемии и строгого карантина нити взаимосвязей корейских диаспорных СМИ оказались на грани разрыва. С другой стороны, именно вынужденная социальная дистанцированность и отсутствие контактов в оффлайновой реальности подталкивают к консолидации онлайновых СМИ и социальных сетей русскоязычных корейских диаспор СНГ. Объединение стало не только возможно, но и необходимо, в целях достижения общих целей и задач. Возьмем для примера публикации материалов по истории коре сарам, составляющих важную часть контента диаспорных СМИ. Суть заключается, прежде всего, в том, что более чем 120-летний период истории с момента добровольного переселения на русский Дальний Восток до образования суверенных государств на обломках СССР корейцев царской России и Советского Союза связывает общее прошлое. Учитывая, что не во всех странах СНГ есть специалисты-корееведы, ученые, исследующие историю и современность коре сарам, обмен публикациями и информацией целесообразен и необходим.

Коммуникация в WhatsApp или Facebook в локальных и профессиональных группах русскоязычных корейцев, объединенных по принципу общего местожительства или гражданства, получили широкое распространение. Поэтому некоторые СМИ завели «общедоступные группы» с целью привлечения более круга подписчиков, то есть уже появились прецеденты единения потребителей корейских диаспорных СМИ.

Следует отметить, что консолидация корейских диаспор приветствуется и поощряется южнокорейскими государственными органами и квази-правительственными ведомствами, таким как Фонд зарубежных корейцев, Министерство по делам ветеранов и патриотов, Комитет по мирному и демократическому, и мирному и объединению Кореи, которым удобнее работать с одной корейской ассоциацией в стране или в городе СНГ, экономнее выделять средства на проведение совместных конференций по общеизвестной теме или юбилейной дате, оказывать поддержку изданию книг, востребованных всеми русскоязычными читателями. На сегодняшний день приходится констатировать, что до сих пор

не было ни одного случая подачи консолидированной заявки всех корейских диаспорных ассоциаций СНГ на один масштабный, капиталистичный и долгосрочный проект. Например, по созданию виртуального (дигитального музея) коре сарам или онлайнового медиаолдинга русскоязычных корейцев.

## Выводы и заключения

Таким образом, в условиях пандемии, когда существенная часть жизни людей перешла из реального мира в виртуальный, актуальность единения и консолидации корейской диаспоры и ее институций, в том числе и СМИ стала очевидной.

Современный технологический уровень, науки расширенного пользования различными электронными девайсами, в первую очередь смартфонами, создали условия для коммуникации десантированных друг от друга социально, в пространстве и во времени. Современные электронные СМИ, приходящие на смену традиционным бумажным газетам, могут поставлять потребителям новости и информацию как в режиме реального времени, так и в режиме отложенного спроса.

Корейские диаспорные электронные СМИ и социальные сети, действующие на локальном уровне или в национальном сегменте, подошли к возможности объединения своих технических, административных и интеллектуальных ресурсов, консолидированного со-финансирования общих проектов и программ. Для запуска процессов консолидации русскоязычных корейских диаспор стран СНГ необходима прежде консолидация диаспорных СМИ. Поэтому на повестке дня стоит правовое оформление взаимоотношений всех электронных русскоязычных корейских диаспорных каналов коммуникации, то есть разработка и подписание договора юридическими лицами, Устава институции, перспективного плана, предусматривающих механизмы, формы и методы тесного, системного и долгосрочного сотрудничества.

Южная Корея в лице соответствующих правительственные органов, квази-государственных учреждений и неправительственных организаций, крупных теле-радиокорпораций, таких как KBS, MBC, EBS, ARIRANG или YTN; новостных агентств – YONHAP; крупных ежедневных корейских газет, в том числе: Choson ilbo, The Dong-a Ilbo, Korea Economic Daily и т.д., могли бы развернуться в сторону диаспорных СМИ и предусмотреть сотрудничество с консолидированной онлайновой информационной системой корейских диаспор СНГ.

### Литература

- Ариран.ру: Информационный портал корейцев СНГ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arirang.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
- AKRK 대한고려인협회: Ассоциация Корё-сарам в Республике Корея. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/koresaraminkorea/>, свободный. – Загл. с экрана.
- Bahk, C. M., Jandt, F. E., Korean immigrants' uses of ethnic and host media in the United States//Asian Communication Research. – 2004. – Vol. 1(1). – P. 68-92.
- Borjas, G. J., Cassidy, H. The Adverse Effect of the COVID-19 Labor Market Shock on Immigrant Employment// Working Paper No. 27243.– Working Paper Series. – 2020. National Bureau of Economic Research. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.3386/w27243>, свободный. – Загл. с экрана.
- Carlsson-Szlezak, Phillip, Reeves, M., & Swartz, P. What Coronavirus Could Mean for the Global Economy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hbr.org/2020/03/what-coronavirus-could-mean-for-the-global-economy>, свободный. – Загл. с экрана.
- Diaspora and the pandemic. Zoom webinar. 16 June 2020. St Antony's College. University of Oxford. – Режим доступа: <https://www.sant.ox.ac.uk/events/diaspora-and-pandemic>, свободный. – Загл. с экрана
- Digital 2020: Global Digital Overview. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>, свободный. – Загл. с экрана
- 82 Avenue. Our People in Korea». – Режим доступа: <https://www.facebook.com/82ave>. – свободный. – Загл. с экрана
- Georgiou, Myria. Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities. -Cresskill, NJ: Hampton Press, 2006
- Georgiou, Myria. Diaspora in the Digital Era: Minorities and Media Representation// Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe. -2013-Vol. 2 (4). – P.80-99.
- Goldstein, J. R., Lee, R. D. Demographic Perspectives on Mortality of Covid-19 and Other Epidemics. -Working Paper No. 27043; Working Paper Series. – 2020). National Bureau of Economic Research. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.3386/w27043>, свободный. – Загл. с экрана.
- Интервью с Валентином Чен, главным редактором газеты «Российские корейцы». – Запись 17 октября 2020
- Интервью с Константином Ким, главным редактором газеты «Коре ильбо». – Запись 22 октября 2020
- Ким Г.Н., Ким И.А. Историко-демографический портрет корейцев СССР и СНГ (по материалам переписей населения). – Алматы: «Қазақ университеті», 2020.
- Kim, German. Russia on Its Way to the Information Society and the Korean Diaspora // The Newsletter of Korean Studies in Central Asia. – 2006, Vol. 12. P. 197-217.
- Lugmayr, Artur, Dal Zotto, Cinzia. Media Convergence Handbook. Vol. 1-2. – Berlin– Heidelberg: Springer-Verlag. – 2016.
- Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов: Автoreферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – Воронеж: Воронежский государственный университет. -2018.
- Peterson, Ozili, Thankom Arun. Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy // SSRN Electronic Journal. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/340236487>, свободный. – Загл. с экрана
- Porcher, S. «Contagion»: The determinants of governments' public health responses to COVID-19 all around the world. 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econpapers.repec.org/paper/halwpaper/halshs-02567286.htm>, свободный. – Загл. с экрана
- Technological Convergence: Regulatory, Digital Privacy, and Data Security Issues. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.everycrsreport.com/reports/R45746.html>, свободный. – Загл. с экрана
- UNESCO, International Commission on the Futures of Education, «Education in a post COVID-19 world: Nine ideas for action», 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373717/PDF/373717eng.pdf>, свободный. – Загл. с экрана
- Уримал Бансон 사할린우리말방송. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCoAdetr0qfL48cvMy181rMw/featured>, свободный. – Загл. с экрана
- Wenjing, X. Virtual space, real identity: Exploring cultural identity of Chinese Diaspora in virtual community// Telematics and Informatics. – 2005. – Vol. – 22. – P. 395-404
- Yu, Sherry. Diasporic Media beyond the Diaspora Korean Media in Vancouver and Los Angeles. – Vancouver: UBC Press, 2019

### References

- ARIRAN.RU. Informatsionnyi portal koreitsev SNG [CIS Koreans Information Portal] Access mode: <http://www.arirang.ru>
- AKRK 대한고려인협회 Assotsiatsia Kore-saram v Respublike Koreia. [ Koryo saram Association in the Republic of Korea] Access mode: <https://www.facebook.com/koresaraminkorea/>
- Bahk, C. M., Jandt, F. E. (2004). Korean immigrants' uses of ethnic and host media in the United States//Asian Communication Research, vol. 1, no 1, – pp. 68-92.
- Borjas, G. J., Cassidy, H. (2020) The Adverse Effect of the COVID-19 Labor Market Shock on Immigrant Employment// Working Paper No. 27243.– Working Paper Series. National Bureau of Economic Research. Access mode: <https://doi.org/10.3386/w27243>.

- Carlsson-Szlezak, Phillip, Reeves, M., & Swartz, P. What Coronavirus Could Mean for the Global Economy. Access mode: <https://hbr.org/2020/03/what-coronavirus-could-mean-for-the-global-economy>.
- Diaspora and the pandemic. Zoom webinar. 16 June 2020. St Antony's College. University of Oxford. Access mode: <https://www.sant.ox.ac.uk/events/diaspora-and-pandemic>.
- Digital 2020: Global Digital Overview. Access mode: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.
- 82 Avenue. Our People in Korea». Access mode: <https://www.facebook.com/82ave>
- Georgiou, Myria. Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities. (2006). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Georgiou, Myria. (2013) Diaspora in the Digital Era: Minorities and Media Representation// Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe, vol. 2, no 4, pp.80-99.
- Goldstein, J. R., Lee, R. D. Demographic Perspectives on Mortality of Covid-19 and Other Epidemics. -Working Paper No. 27043; Working Paper Series.). National Bureau of Economic Research. Access mode: <https://doi.org/10.3386/w27043>.
- Interv'iu s Valentinom Chen, glavnym redaktorom gazety «Rossiiskie koreitsy». Zapis' 17 oktiabria 2020 [ Interview with Valentin Chen, editor-in-chief of the newspaper «Russian Koreans». Recorded October 17, 2020].
- Interv'iu s Konstantinom Kim, glavnym redaktorom gazety «Kore il'bo». Zapis' 22 oktiabria 2020 [Interview with Konstantin Kim, editor-in-chief of the newspaper «Kore Ilbo». Recorded October 22, 2020].
- Kim, German. Russia on Its Way to the Information Society and the Korean Diaspora. (2006). The Newsletter of Korean Studies in Central Asia. Алматы, no 12, pp. 197-217
- Kim G.N., Kim I.A. (2020) Istoriko-demograficheskiy portret koreytsev SSSR i SNG (po materialam perepisey naseleniya). [ Historical and demographic portrait of Koreans in the USSR and the CIS (based on population censuses)] Almaty: «Қазақ universiteti».
- Lugmayr, Artur, Dal Zotto, Cinzia (2016). Media Convergence Handbook. Vol. 1 & 2. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Oleshko E. V. (2018) Konvergentnaia zhurnalistika: professional'naia kul'tura kak faktor optimizatsii informatsionno-kommunikativnykh protsessov. Dissertatsionnaia rabota. Voronezh. [Convergent journalism: professional culture as a factor in optimizing information and communication processes. Dissertation. Voronezh].
- Ozili, Peterson and Thankom Arun (2020) Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy. SSRN Electronic Journal. Access mode: [https://www.researchgate.net/publication/340236487\\_Spillover\\_of\\_COVID-19\\_impact\\_on\\_the\\_Global\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/340236487_Spillover_of_COVID-19_impact_on_the_Global_Economy)
- Porcher, S. (2020). «Contagion»: The determinants of governments' public health responses to COVID-19 all around the world [Working Paper]. HAL. Access mode: <https://econpapers.repec.org/paper/halshs-02567286.htm>
- Technological Convergence: Regulatory, Digital Privacy, and Data Security Issues. 2019. Access mode: <https://www.everycrsreport.com/reports/R45746.html>.
- UNESCO, International Commission on the Futures of Education, «Education in a post COVID-19 world: Nine ideas for action», 2020. Access mode: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373717/PDF/373717eng.pdf.multi>.
- Urimal Banson 사할린우리밀방송. Access mode: <https://www.youtube.com/channel/UCoAdetr0qfL48cvMy181rMw/featured>
- Wenjing, X. (2005). Virtual space, real identity: Exploring cultural identity of Chinese Diaspora in virtual community. Telemaics and Informatics, vol. 22, pp. 395-404.
- Yu, Sherry. (2019) Diasporic Media beyond the Diaspora Korean Media in Vancouver and Los Angeles. Vancouver: UBC Press.

S.V. Ashenova\*,  S.N. Velitchenko 

International Information Technology University, Kazakhstan, Almaty,  
\*e-mail: saule\_ashenova@mail.ru

## THE PROBLEM OF ENVIRONMENTAL DISCOURSE IN THE WORKS OF CHINGIZ AITMATOV

The article is devoted to the urgent problem of understanding the impending environmental crisis by modern society, which was the result of ill-considered policy of the states of the world in the field of protecting natural resources. In this regard, in many countries, work is being carried out aimed at urgently correcting environmental problems, carrying out the necessary environmental measures, as well as broadly informing the public about them. The mass media and publicists are entrusted with the task of large-scale broadcasting of environmental discourse, which is not limited only to coverage of environmental problems, but also expands the scope of human awareness of his role in saving the planet from an environmental catastrophe. The purpose of the article is to consider the problems and main directions of environmental discourse in the artistic and philosophical understanding of the great writer and publicist Ch. T. Aitmatov. The scientific significance of the article is determined by the actualization of the definition of ecological discourse from the point of view of philosophical, artistic and persuasive intentions, which is being undertaken for the first time. The research methodology provides for a systematic approach, a method of selection, analysis. The result of the research is to systematize the typological characteristics of environmental discourse. Modern media terminology requires a historical and humanitarian basis, which determines the scientific value of this article. The practical significance lies in the possibility of introducing the research results into the learning process at the faculties of journalism in specialized and elective disciplines.

**Key words:** ecology, ecological discourse, media discourse, environmental discourse, journalism, ecological journalism, Chingiz Aitmatov.

С.В. Ашенова\*, С.Н. Велитченко  
Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Қазақстан, Алматы қ.  
\*e-mail: saule\_ashenova@mail.ru

### Шыңғыс Айтматов шығармашылығындағы экологиялық дискурстың мәселелері

Мақала әлем мемлекеттерінің табиғи ресурстарды қорғау саласындағы ойластырылмаған саясатының нәтижесі болған қазіргі қоғамның жақындаған келе жатқан экологиялық дағдарысты түсінудің өзекті мәселесіне арналған. Осыған байланысты көптеген елдерде экологиялық проблемаларды шүғыл түрде түзетуге, қоршаған ортаны қорғаудың қажетті шараларын жүргізуге, сонымен қатар олар туралы халықты кеңінен ақпараттандыруға бағытталған жұмыстар жүргізілді. Бұқаралық ақпарат құралдарына және публицистерге экологиялық дискурстың кеңінен тарату міндеті жүктелген, ол тек экологиялық проблемаларды жариялаумен ғана шектеліп қана қоймай, сонымен бірге оның планетаны экологиялық апарттан құтқарудағы рөлі туралы адамзаттың хабардар болу аясын көнектіреді. Мақаланың мақсаты – ұлы жазушы және публицист Ш.Т. Айтматовтың көркемдік-философиялық түсінігіндегі экологиялық дискурстың мәселелері мен негізгі бағыттарын қарастыру. Мақаланың ғылыми маңыздылығы экологиялық дискурс анықтамасын бірінші рет қолға алынып отырған философиялық, көркемдік және нағымдылық тұрғысынан өзектілендірумен анықталады. Зерттеу әдістемесі жүйелі тәсіл, таңдау, талдау әдісін қарастырады. Зерттеудің нәтижесі экологиялық дискурстың типологиялық сипаттамаларын жүйелеу болып табылады. Қазіргі медиа терминологиясы осы мақаланың ғылыми құндылығының анықтайдын тарихи-гуманитарлық негізді қажет етеді. Практикалық маңыздылығы зерттеу нәтижелерін арнайы және элективті пәндер бойынша журналистика факультеттерінде оқу процесіне енгізу мүмкіндігінде.

**Түйін сөздер:** экология, экологиялық дискурс, медиа дискурс, экологиялық дискурс, журналистика, экологиялық журналистика, Шыңғыс Айтматов.

С.В. Ашенова, С.Н. Велитченко

Международный университет информационных технологий, Казахстан, г. Алматы

e-mail: saule.ashenova@mail.ru;

### **Проблематика экологического дискурса в произведениях Чингиза Айтматова**

Статья посвящена актуальной проблеме осмысливания современным обществом надвигающегося экологического кризиса, который стал следствием непродуманной политики государств мира в области охраны природных ресурсов. В этой связи во многих странах проводится работа, направленная на срочную коррекцию проблем экологии, проведение необходимых природоохранных мероприятий, а также широкое информирование общественности о них. На средства массовой информации и публицистов возлагается задача масштабной трансляции экологического дискурса, который не ограничивается только освещением проблем окружающей среды, но и расширяет рамки осознания человеком своей роли в спасении планеты от экологической катастрофы. Цель статьи – рассмотрение проблематики и основных направлений инвайронментального дискурса в художественно-философском осмысливании великого писателя и публициста Ч. Т. Айтматова. Научная значимость статьи определяется актуализацией дефиниции экологического дискурса с точки зрения философской, художественной и убеждающей интенций, что предпринимается впервые. Методология исследования предусматривает системный подход, метод отбора, анализа. Результат исследования заключается в систематизации типологических характеристик экологического дискурса. Современная терминология СМИ требует исторической и гуманитарной базы, что определяет научную ценность данной статьи. Практическое значение заключается в возможности внедрения результатов исследования в процесс обучения на факультетах журналистики по профильным и элективным дисциплинам.

**Ключевые слова:** экология, экологический дискурс, медиадискурс, дискурс окружающей среды, публицистика, экологическая публицистика, Чингиз Айтматов.

## **Introduction**

The relevance of the study is due to the fact that the modern translation of environmental discourse involves highly diverse approach to its verbal implementation. This is an absolute lexical diversity, an emotional-expressive aspect, and intertextuality. The subject of the research is the modern ecological discourse, which has a pronounced axiological basis and is not just a channel of information about environmental problems for the mass addressee, but the dominant form of public consciousness, socio-cultural realization, and even national self-identification in the aspect of environmental issues. The thesis of the article is that ecological discourse synthesizes philosophical, political, socio-cultural, journalistic, and media intentions, expanding its scope to a multicultural phenomenon in the modern period. At the same time, most often environmental discourse is considered in relation to mass media texts and journalistic works. In this regard, the texts of the works of the great writer and publicist Chingiz Aitmatov are relevant for the research.

## **Material and Methods**

A researcher of the theory of media discourse and media texts S.I. Smetanina rightly notes that ‘media theorists, understanding the nature of innovations in the world and the press, increasingly shift the

emphasis on understanding the role of the press as a social institution’ to the study of media discourse (the media text taken in the event aspect, in combination with extralinguistic, pragmatic, socio-cultural factors) (Smetanina, 2002). Thereby, the study of environmental discourse from the point of view of the media component appears to be greatly relevant, since nowadays any event in the field of the environment is actively mediated, taking into account the impact on a wide range of recipients. Suffice to say that the problems such as global warming, the shortage of freshwater resources, the greenhouse effect, the production of genetically modified products, etc are actively covered in the media.

Scientific methodology. Simultaneously, it seems relevant to trace the transformation of environmental discourse in the modern period not only from socio-cultural and educational intentions perspective, but also in the aspect of the image and ideological component. Thus, the geopolitical situation of recent years dictates the need to comprehend environmental discourse as a component of political communication. Nowadays media coverage of speeches of environmental activists such as those delivered by Swedish schoolgirl Greta Thunberg, can not be excluded from the information and political context. Politicians in a variety of countries have proposed developing a strategy of global responsibility for the negative consequences associated with environmental problems. It is note-

worthy that the emphasis has been shifted from the national to the global level. For instance, during the general political debate at the 75th session of the United Nations General Assembly the President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev described environmental issues as «an existential crisis of our civilization» and urged Kazakhstan and other countries to place environmental protection issue at the top of the international agenda. (Tokayev, 2021).

### Literature review

The problem of typology of environmental discourse and its various aspects were considered in the works of Levashina A.N., Ivanova E.V., Basinski M.V., V.A. Sozinova, Kurochkino N.A., Klenovoy E.V., Kurilova N.In., Dudinova E.I., (Levosin A. K., 2009, Ivanova E.V., 2010, Basinska M.V., 2014, Sozinov A.V., 2014, Kurochkina N.A., 2015, Kalenova E.V., 2015, Kurilova N. In., 2019, Dudinova E.I., 2020). Researchers Biryulin V., Arkhangelskaya N.A., Abbas M., Akmataliev A.Ch., Gachev G. addressed the originality of Ch. Aitmatov's creativity in the aspect of the ecological paradigm. (Biryulin V., 1982, Arkhangelsk N.A., 1974, Abbas M., 1986, Akmataliev A.Ch., 1994, Gachev G., 1995). In scientific usage, the concept of «ecolinguistics» was introduced by such researchers as Polukhin A.A., Ionova S.V., Ivanova E.V., Doynikova M.I., [Polukhin A.A., 2009, Ionova S.V., 2010, Ivanova E.V., 2012, Doynikova M.I., 2015]. Scientists of Kazakhstan consider media ecological discourse (Skripnikova A.I, 2013 Karimova B.Zh.). The author analyzes the ways of forming ecological culture in the information space (Karimova B.Zh., 2017), but little attention is paid to the issues of studying the peculiarities of ecological discourse in the national and mental aspects. At the same time, modern journalists feel the need to systematize their knowledge about the compilation of texts and longreads on environmental topics in accordance with the current issues of our time.

In the scientific work of V.Z. Demyankov, a definition of discourse is given as follows: A discourse is a text in the process of being created in front of the interpreter's mental eye. The discourse is made up of sentences or their fragments, and the content of the discourse is frequently, but not always, concentrated around some «reference» term known as «topic of discourse» or «discourse topic». The logical content of individual sentences-components of a discourse is called propositions. These propositions connect logical relations: conjunctions «and», disjunctions «or», implications «if-then», etc. The

interpreter assembles elementary propositions into a general context by comprehending the discourse and putting the new knowledge found in the next interpreted sentence within the scope of the previously obtained intermediate or preliminary interpretation». (Demyankov V. 3, 2003).

Ecological discourse is described in a broad sense as any speech formation whose subject, addressee, or content is related to the field of ecology. T.A. Filippova discusses ecological discourse (also known as environmental discourse) from two perspectives: as a discourse focused exclusively on environmental problems, and as a discourse about the world in which modern man lives (T.A. Filippova, 2018). This approach is quite consistent with modern scientific and even political trends, because every state today is concerned about preserving its natural resources for future generations. In modern conditions, the solution of environmental problems is associated not only with the material base, but also with the reform of the old ecological thinking, which is limited to a simple statement of facts, and its transformation into a «new environmental paradigm» with a characteristic ecological consciousness. The topic of so-called. environmental education as a framework of a new perception of the environment by man and his role in it as a creator, not a destroyer, comes up in this context.

It should be noted that one of the most critical functions of ecological discourse, which distinguishes it from the general language context, is considered to be the function of persuasion. Modern aspects of the implementation of verbal freedom in the media, which also affect environmental texts, allow us to speak about their relative emancipation, the richness of lexical embodiment, as well as about the huge potential language opportunities. In other words, today's ecological discourse is a variable language formation with a diverse variety of expressive means. The use of expressive means of language actualizes the impact on the audience in order to maximize the effective impact and beliefs, attitudes, goals, and the success of communication (Solganik G.V., 2001).

The personality of the great writer, publicist, public figure Chingiz Aitmatov has always attracted the attention of researchers in various branches of literary studies, as well as journalistic science. His works have been translated into 150 languages of the world, and the scientific direction «Aitmatov studies» has been formed. The spiritual and moral quest of the heroes of Aitmatov's works and his philosophical perception of the world still attract domestic and European literary critics. We believe, this is due

to an increasing interest in understanding the rich heritage of Russian media, which are especially visible in this age of globalization.

Chingiz Aitmatov described the world's biggest challenge in the 1960s: the disharmony of man and the environment. A civilization can perish at any moment if each person does not grasp the fundamental concept: he is responsible for the systems of the whole organism. All life on Earth is linked not only to the Earth's energy, but also to one another. This philosophical and ethical direction – cosmism – received a large-scale embodiment in the works of Chingiz Aitmatov and became its main conceptual component. For example, the relation of the wolf family, Boston, and Obadiah in the «The Block» novel, synthesis of the destinies of people and animals in the «Buranny Polustanok» novel, the «White Steamship» tale and «Goodbye, Gulsary!» Furthermore, Aitmatov's works include ideological constructions, belief systems and values, as well as representing the cultural heritage of society in the realm of human-nature relation. The author draws the reader's attention to the fact that the environment must be handled with caution so as not to disturb natural equilibrium and the rules of the universe. Otherwise, nature will exact a cruel retaliation. According to researchers of Aitmatov's works, the bright national identity of the characters of the writer's works is organically projected on a multicultural space, where everyone, regardless of ethnicity, must conform with the rules of world peace.

In his novel «The Brand of Cassandra» Aitmatov warns the world about the crisis of human spirituality, which threatens to turn into an anthropological and ecological catastrophe. The story of wolves in the novel «The Block» is explored by the writer in inseparable unity with the current long-suffering fate of the places where these animals have lived freely since ancient times. Aitmatov enlightened the reader of his native land's new plight condition, appealed to the blessed face of the sacred wolf. The wolf has been a totem animal for Turks since ancient times, and it was worshipped as an assistant and protector. The portrayal of the wolf has a stable history in Turkic-Mongolian tribes' ancient traditions, folklore, and epics. «The Block» is a novel in which an effort is made to create a national model of a society under assault by expansionist forces, on the brink of ecological and moral-spiritual tragedy. This, in our view, is a kind of call for man to pursue a rational, spiritual attitude toward nature, other beings, and himself. There is a concept in the novel «The Block» that a human should become a genuinely rational being

and revisit their relationship with nature. However, the rethinking should take place in the light of both nature protection and human security. To protect a person from himself, from blind faith in his own head, which does not protect against miscalculations, errors that have negative repercussions. Through the created images Aitmatov demonstrates how much a human can not validate his purpose in the universe when he does not live up to it. In many instances, it appears to be an irrational being not only in relation to nature, but also in relation to itself.

## Results and discussion

The concept of ecological discourse in Aitmatov's works manifests itself in the dichotomy «national – universal». The author tackles the global threats that face an individual who lives in both a lost semi-station in the Kyrgyz steppe and a pretentious quarter of New York. Typologically, the ecological discourse in Aitmatov's works can be divided into the following categories: 1. The relationship between Man and Nature as philosophical and ethical concepts that synthesize a common understanding of the problems of the surrounding world. 2. The inevitability of retribution for breaking nature's laws, which act as the cornerstone of human life. 3. The attitude to nature as a projection on the phenomena of social life that define, most often negatively, the motivations of human actions. 4. The dialectical evolution of a civilization in which animals embody nature's wisdom and intelligence.

Aitmatov, in our view, constructs the structure of relationships between the characters, as well as between them and nature, in the sense of the confrontation and the action it creates, in which identities, characters with their own values and ideological and moral convictions are dynamically exposed. Full-fledged representations of Man and Nature enter into a certain relationship that is both harmonious and antagonistic. Modern ecological discourse is typically seen solely through the lens of publications on nature conservation, environmental preservation, and so on, while Chingiz Aitmatov invites the reader to understand the global conflict between the earth and man.

One of Chingiz Aitmatov's key facets and aspects of humanism is his creative and philosophical interpretation of the bond between man and nature. In his works, the philosophy of man's union with nature grows from the most fundamental circumstances to the planetary scale, advancing the principle of sustaining nature, its sole moral and aesthetic meaning for the subject. In such creations as «The

White Steamboat», «And the day lasts longer than a century», «The Block», «The Brand of Cassandra», etc., through the individual style and evolution of the writer's work, it is possible to see the peculiarities of the work of Aitmatov – a constant search for ideas about the infinite variety of connections between man and nature, about the unity of their destinies. The writer seeks the essence of human being, and each time discovers it in accordance with the criteria by which a person relates to nature, tracing the moral, aesthetic, and social conditionality of his actions. Nature serves as a particular criterion for judging people's lives, and understanding of its laws is a necessary state of human existence, the foundation of logical existence. Aitmatov's novel «The White Steamship» contains ideas about the co-evolution of human and nature, their unity and disharmony in the past, present, and future. The established natural, social, and moral links between nature and the story's characters are breaking in front of the reader's eyes. Aitmatov's works seek to expose the roots of social phenomena that resulted in man's barbaric attitude toward nature.

Images of Orozkul («White Steamboat») and Bazarbai («Block») depict traits such as selfishness, evil, unbridled greed, and disregard for the desires of others. This is an eloquent example of the widening chasm between morality and rationality, which has resulted in good and reason defining themselves as opposing poles of human existence. According to the author, the source of the evil, whose name is an ecological disaster, is not so much in people's denial of the imminent danger as it is in humanity's moral deterioration. Scientist and aitmatologist A.Ch. Akmataliyev correctly observes that the writer's key duty is to demonstrate man's everlasting duty to nature and the vow not to disrupt the bond between centuries.

Who is stronger: man or death? This is the philosophical dominant of the story «The Mother Field». The philosophical nature of the content determines the conditional form of the relationship between man and nature, Mother Earth and Mother Man. Tolgonai, the old lady, strikes up a dialogue with the Earth, sharing with it what is deep in her mind, and the Earth listens to her. The writer's choice of conversation between Mother and the Earth is not accidental. After all, the mother has long been likened to the earth, and the earth to the mother. Both give birth, both endure the horrors of war for centuries. A mother splits up with the sons she nursed and raised; the land engulfed in the flames of war, is parting with precious crops, with orchards full of fruit, with beautiful vegetable gardens. But

Tolgonai is not only a mother, exhausted under the burden of personal grief. She speaks not only to share this grief; she thinks about the consequences left by the war in the souls and hearts of people. She thinks about the future of the boy, the son of the daughter-in-law: «After all, what you know, my native field, what everyone knows, only he does not know. And when he finds out, what will he think, how will he look at the past, will his mind and heart reach the truth? He's still a boy. So I think about what to do, how to make sure that he does not turn his back on life, but always looks directly into her eyes. Oh, if only you could just, in a nutshell, take it and tell it like a fairy tale» (Akmataliev A, 1994).

The whole semantic essence of the story is united by the image of Tolgonai, her fate, her thoughts, her conversation with the Earth. Moreover, the image of the mother is not limited to the character of the Kyrgyz woman, it goes beyond the national character and becomes close and understandable to a representative of any culture. All stages of the country's development pass through the heart of Tolgonai. Having lost their loved ones, they continue to live and work together with their daughter-in-law Aliman. They experienced everything, endured everything. This is what Tolgonai is talking about to Earth – a mother like her, who bravely endured difficult times and kept hope alive.

V. Kurilova rightly notes that «modern ecological discourse is a kind of marker of our time and situation, which carries an assessment of human existence» (N.V. Kurilova, 2013). In this regard, Chingiz Aitmatov already in the 1970s marked the social life of man through the attitude to the world of animals, which Aitmatov always personifies wisdom, reason and expediency of being. For example, the images of wolves in the novel «The Block» – Akbara and Tashchaynar demonstrate more morality and mercy than a person. Even the fact that Aitmatov names wolves is a manifestation of anthropomorphism, which is also part of the ecological discourse. The scene of hunting wolves from a helicopter is described with extraordinary force. ‘...it seemed that the whole world was deaf and dumb, that the sun itself ... burning overhead, was rushing and seeking salvation... The helicopter pilots can see everything from above. As on the steppe, on the white snow powder, the black river of wild horror rolled ...» (Aitmatov Ch., 1998). The metaphorical comparison of a pack of wolves with a river demonstrates an expressive and evaluative intention that should emotionally affect the reader and make him think about the barbaric attitude to nature.

## Conclusion. Inference

Thus, we can distinguish the following features of ecological discourse in the works of Aitmatov:

- the relationship between the world and man;
- demonstration of awareness in historical analogies, appeal to national symbols, moral priorities;
- foreseeing an environmental disaster, provoked or deserved by immoral behavior of people;
- symbolic imagery and motives of ancestral memory of a person.

Based on the considered features of the discourse in the works of Aitmatov, the authors of the article propose a definition of ecological discourse: ‘Ecological discourse is a text in literature or mass media that contains environmental issues, transmitted through the prism of the ecological consciousness of the individual in combination with a philosophical and artistic understanding of the connection between man and nature’.

Modern ecological discourse not only communicates facts, but also shapes an acceptable attitude toward what is published. Furthermore, we are addressing an effective and emotionally articulate influence on the audience as a whole and a particular receiver today. The majority of modern texts on environmental topics, including those in the mass media, are interpretative in nature. Therefore, the use of various concepts of environmental discourse actualizes the emotional and evaluative impact on the audience.

The use of the creative experience of outstanding writers and publicists, such as Chingiz Aitmatov, can ensure the perception of environmental discourse at the cultural and mental level. Further research into modern ecological discourse is important because of its polycode and multicultural nature, as well as the element of shaping public opinion on environmental issues.

This research helps journalism department teachers to teach students how to write texts and long-form papers on environmental issues by taking into account the typological features of environmental discourse systematized in Chingiz Aitmatov’s works.

## References

1. Abbas M. (1986) Ob otvetstvennosti za sýdby cheloveka, planety i Vselennoi. Roman Ch. Aitmatova «Býrannyı polýsta-nok». Vestnik Moskovskogo Ýniversíteta, Vypýsk 9: 16-20 [Moscow University Bulletin] vol.9, pp.16-20
2. Aitmatov Ch. (1978) Proai Gýlsary. Povesti i rasskazy. Frýnze [Aitmatov Ch. Stories and stories]
3. Aitmatov Ch.(1998) Sobranie sochinenii: v 7 t. Moskva, 128 [Collected Works]. vol.7
4. Akmataliev, A. (1994) Znachenie tvorcheskoj aktivnosti Ch. Aitmatova v protsesse vzaimoobogaenii natsionalnyh literatýr. Bishkek [The value of Ch.Aitmatov’s creative activity in the process of enrichment of national literatures]. Bishkek
5. Arhangelskaya, N.A. (1974) Kontseptsiiia lichnosti v povestí Ch. Aitmatova «Proai, Gýlsary!» Problema stilia i janra v sovetskoi literatýre. Moskva, Vypýsk 7: 86-92. [The problem of style and genres in Soviet literature]. vol.7, pp.86-92
6. Basinskaya M.Vyu Issledovanie leksiko\_semanticheskikh osobennostei ekologicheskogo diskursa v ramkah yazikovoï ekologii URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-leksiko-semanticheskikh-osobennostey-ekologicheskogo-diskursa-v-ramkah-yazykovo-ekologii>
7. Belozerova N.N.\_ Labunec N.V. Ekolingvistika\_ v poiskah metodov issledovaniya\_ monografiya. Tyumen\_ Izd\_ vo Tyumenskogo gosud. un\_ta\_ 2012, s. 256. [Eco-linguistics in search of a research method. Monograph]. p.256
8. Birýlin, V. (1982) «Za vse na zemle est i doljen byt spros»: o geroiakh romana Ch. Aitmatova «I dolshe veka dlitsia den...». Volga, Vypýsk 5: 130-136 [About the heroes of the novel by Ch. Aitmatov «And the day lasts longer than a century】. vol.5, pp.130-136
9. Gachev, G. (1995) «Zadýmavshisia skif i kosmicheskii monah» Svobodnaia mysl, Vypýsk 8: 95-99 [*«Thoughtful Scythian and Space Monk» Free thought*]. Vol.8, pp.95-99
10. Demianov V.Z. (2003) Iazyk SMI kak obekt mejdistsiplinarnogo issledovaniia. Moskva: 2003, s.5. [The language of the media as an object of interdisciplinary research]. p.5
11. Dudinova E.I. (2020) Environmental discourse in the social networks of Kazakhstan\_ the construction of an imperative. Vestnik KazNU. Seriya Jurnalistika. № 56, 56–66
12. Ivanova E.V. (2015) K probleme issledovaniya ekologicheskogo diskursa Vestnik MGU URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-issledovaniya-ekologicheskogo-diskursa>
13. Ionova S.V. (2010) O dvuh aspektah ekolingvisticheskikh issledovanii URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-dvuh-aspektah-ekolingvisticheskikh-issledovanii> [Two Aspects of Ecolinguistic Research ] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-dvuh-aspektah-ekolingvisticheskikh-issledovanii> [Two Aspects of Ecolinguistic Research ]
14. Kalenova O.G. (2015) K probleme opredeleniya ekologicheskogo diskursa i ego janrov Aktualnie voprosi sovremennoi filologii i jurnalistikii, s. 87 [On the problem of defining ecological discourse and its genres// Topical issues of modern philology and journalism]. p.87



**Л.И. Абдуллина\***  , **Г.А. Бекбосынова** 

Восточно-Казахстанский университет имени С. Аманжолова, Казахстан, г. Усть-Каменогорск

\*e-mail: gulmira\_1268@mail.ru3

## ПРИЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ ЖУРНАЛИСТСКИХ КАДРОВ

Современные подходы к подготовке специалистов сферы медиа претерпевают значительные изменения, о чем свидетельствуют научные форумы журналистов (исследователей и практиков) с включением в диалог социологов, философов, политологов, PR-менеджеров; представителей разных отраслей медиапространства (финансовая, юридическая журналистика). После введения курса «Мультимедийная журналистика» в учебный план средней школы – «слышатся» и голоса педагогов.

Во время приема творческого экзамена при поступлении на факультет журналистики, для абитуриента главный критерий выбора будущей профессии: «Хочу стать журналистом: люблю и умею общаться». Однако, после поступления и учебы нередки случаи разочарования. Для преподавателя важно установить причины падения интереса к профессии, максимально снизить риски и повысить качество преподавания. Напомним, что за профессиональным журналистом в региональных СМИ закреплена гораздо большая мера социальной ответственности. Он представляет «четвертую власть» в стране, защищая интересы народа и демократические принципы общества. Цель исследования в рамках статьи – определить актуальные и интерактивные модели обучения в журналистике на базе диагностики мышления, технических, технологических навыков и мотивации студентов.

В течение ряда лет студент, обучаясь на факультете журналистики, задает себе такие вопросы: обязательно ли обучаться журналистике; такая ли интересная и престижная эта профессия; высока ли конкуренция среди специалистов? Авторы разбирали разные современные направления успешной медийной личности и, наконец, пришли к выводу, что у этой категории студентов не сформирован навык – грамотно писать тексты.

В ходе исследования нами были определены четыре уровня условной «идентификации» будущего специалиста медиа: 1) абитуриент «по-натуре»; 2) первокурсник колеблющийся; 3) старшекурсник сомневающийся; 4) выпускник «в тренде». В ходе наблюдения мы установили: уже с середины второго курса журналистика не рассматривается студентами как профессия на всю жизнь. Соответственно на каждом этапе нами определены фокусы наблюдения, разработаны образовательный контент и модель поведения.

Рабочая гипотеза: если на каждом этапе «закладывать креативный» компонент, то этот фактор наряду с базовыми навыками и новой образовательной политикой гарантирует к окончанию факультета конкурентоспособного специалиста. Результатом исследования можно считать изучение модели формирования журналистов в системе: вуз-творчество-практика, на основе мультимедийности и принципов эффективной коммуникации.

**Ключевые слова:** методология, интегративные технологии, профессиональные практики, стратегия, медиасфера.

L.I.Abdullina\*, G.A. Bekbosynova  
 East Kazakhstan University named after S. Amanzholov, Kazakhstan, Ust-Kamenogorsk,  
 \*e-mail: gulmira\_1268@mail.ru3

### Techniques and technologies journalist training

Modern approaches to the training of media specialists are undergoing significant changes, as evidenced by scientific forums of journalists (researchers and practitioners) with the inclusion of sociologists, philosophers, political scientists, PR managers in the dialogue; representatives of different branches of the media space (financial, legal journalism). After the introduction of the course «Multimedia Journalism» into the curriculum of secondary schools, the voices of teachers are «heard».

During the creative examination for admission to the Faculty of Journalism, for the applicant the main criterion for choosing the specialty «Journalism»: «I want to become a journalist: I love and know how to communicate.» However, after admission and study, there are often cases of disappointment. It is important for the teacher to establish the reasons for the decline in interest in the profession, to minimize risks and improve the quality of teaching. Recall that a professional journalist in the regional media is assigned a much greater measure of social responsibility. Journalist represents the «fourth estate» in the

country, defending the interests of the people and the democratic principles of society. The purpose of our research within the framework of the article is to identify relevant and interactive learning models in journalism based on the experience of diagnosing thinking, technical, technological skills and student motivation.

For a number of years, a student, studying at the Faculty of Journalism, asks himself the following questions: is it necessary to study journalism; is this profession so interesting and prestigious; Is there high competition among specialists? The authors analyzed various modern trends of a successful media personality and, finally, came to the conclusion that this category of students did not have the skill to write texts correctly.

In the course of our research, we have identified four levels of conditional «identification» of a future media specialist: 1) applicant «no-name»; 2) freshman hesitant; 3) a doubting senior student; 4) the graduate is «in trend». In the course of observation, we have established: already from the middle of the second year, the specialty – journalism is not considered by students as a profession for life. Accordingly, at each stage, we have determined: the focus of observation, developed educational content and behavioral model.

Working hypothesis: if at each stage «lay a creative» component, which, with basic skills and a new educational policy, guarantees a competitive specialist by the end of the faculty. The result of the study can be considered a study of the model of the formation of journalists in the system: university-creativity-practice, based on multimedia and the principles of effective communication.

**Key words:** methodology; integrative technologies; professional practices; strategy; the media sphere.

Л.И. Абдуллина\*, Г.А. Бекбосынова

Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Қазақстан, Өскемен қ.

\*e-mail: gulmira\_1268@mail.ru3

### Журналистерді оқытудағы әдістер мен технологиялар

Медиа мамандарды даярлаудың заманауи тәсілдері елеулі өзгерістерге ұшырауда, мұндай диалогқа әлеуметтанушылар, философтар, саясаттанушылар мен PR менеджерлермен бірге журналистердің (зерттеушілер мен практиктердің) ғылыми форумдары дәлел; медиа кеңістігінің түрлі салаларының өкілдері де (қаржылық, заң журналистикасы) пікір білдіруде. Жалпы білім беретін мектептердің оқу бағдарламасына «Мультимедиялық журналистика» курсы енгізілгеннен кейін мүғалімдердің дауысы «естіле бастады».

Журналистика факультетіне түсуге арналған шығармашылық емтихан кезінде талапкер үшін «Журналистика» мамандығын таңдаудың негізгі талаптары: «Менің журналист болғым келеді: маған адамдармен қарым-қатынас жасау үнайды». Алайда оқуға түскеннен кейін және оқу барысында мамандыққа көніл толмаушылық жиңіз кездеседі. Оқытушы үшін студенттің мамандыққа деген қызығушылығының төмендеу себептерін анықтау, тәуекелдерді азайту және білім сапасын арттыру маңызды. Еске сала кетерлігі әлеуметтік жауапкершіліктің едәуір үлкен бөлігі өнірлік ақпарат құралдарының журналистеріне жүктеледі. Журналист – халық мұддесі мен қоғамның демократиялық принциптерін қорғайтын және елдегі «төртінші биілкітің» өкілі. Бұл зерттеу жұмысының мақсаты – студенттердің сыни ойлауы, техникалық және технологиялық дағдылары мен ынталының бақылау тәжірибесіне негізделген журналистикадағы өзекті және интерактивті оқыту модельдерін анықтау.

Көп жылдардан бері журналистика факультеті студенттің өзіне қоятын бірнеше сұрағы бар: журналистиканы оқу қажет пе; бұл мамандық соншалықты қызықты және беделді ме? Журналистер арасындағы бәсекелестік жоғары ма? Авторлар медианың әртүрлі заманауи тенденцияларын талдай келе, қазіргі кездегі студенттердің көпшілігінде мәтіндерді дұрыс жазу дағдылары жоқ деген тұжырымға келді.

Зерттеу барысында болашақ медиа маманға қажетті шартты «сәйкестендіруінің» төрт деңгейі анықталды: 1) оқуға тапсыруши «белгісіз тұлға»; 2) шешім қабылдай алмайтын бірінші курс студенті; 3) күмәнданған орта мектеп оқушысы; 4) «трендтегі» түлек. Зерттеу барысында мыналар анықталды: екінші курстың ортасынан бастап журналистика мамандығы студенттері оған өмірлік, тұрақты мамандық ретінде қарамайды. Сонымен бірге әр кезеңге тән: бақылаудың бағытын, жетілдірілген оқыту мазмұны және мінез-құлық моделі анықталды.

Зерттеудің гипотезасы: егер әр кезеңнің негізгі дағдылары мен жаңа білім беру саясатына сәйкес студент оқуды бітірген кезде бәсекеге қабілетті маманға кепілдік беретін «шығармашылық» компонент қойылғаны дұрыс. Зерттеу жұмысының нәтижесі ретінде жүйеде журналистердің қалыптасу моделін бақылауды атауға болады, яғни білім беру моделі университет-шығармашылық-тәжірибе мен мультимедиялық және тиімді коммуникация принциптеріне негізделген.

**Тұйин сөздер:** әдістеме, интегративті технологиялар, кәсіби тәжірибелер, стратегия, медиа саласы.

## Введение

Внимание нового поколения журналистов в Казахстане сосредоточено в основном на активном освоении информационных технологий и развитии медиа как бизнеса. Ученые-теоретики и представители СМК вынуждены реагировать на мировые тренды. Журналистская академическая среда и профессиональное сообщество в Казахстане все чаще поднимают вопросы развития медиа как социального института. Известный российский социолог Л.Г. Свитич в своем пособии «Социология журналистики: учебник для академического бакалавриата» связывает будущее профессии журналиста с проблемами социума (Свитич, 2003). Французские политологи Пэнто Р., Гравитц М. в своих работах также опираются на методы социальных наук (Пэнто, Гравитц, 1972). В книгах отмечается взаимодействие коммуникационных навыков с социологическими методами и подходами. В книге французских политологов Пэнто Р., Гравитц М. представлены история, направления и конкретные результаты изучения СМИ и аудитории, методики опросов, есть примеры социологических документов для исследований.

«Медиатизированное» общество обсуждается во многих междисциплинарных областях знаний, как производное от понятия «медиатизация». Под «медиатизацией» (термин введен в научный обиход в 1990-е гг. английским ученым Дж. Б. Томпсоном) понимается превращение современных масс-медиа из трансляторов информации в фактор, во многом формирующий общественную жизнь (Thompson, 1995).

Во всем мире происходит критическая переоценка образовательных медиастандартов. Журналистские кодексы, принятые в большинстве постсоветских стран, отражают реалии XX века. Их основные положения подчас не отражают реалии XXI века. Как отмечают голландские исследователи О. Стинс и Д. ван Фухт, новые media отличаются от традиционных СМИ по таким важным показателям, как скорость, открытость, активность, лаконичность, визуальность, возможность пользователей генерировать содержание (Стинс, 2008). Нередко предлагаемые ими «обновленные» приемы на самом деле носят общий характер. Поиски путей совершенствования журналистского мастерства, как правило, сопровождаются перечнем профессиональных проблем – от непрозрачной процедуры государственных закупок и распределения государственных тендеров с преимуществом проправи-

тельственным изданиям; недостаточного уровня зарплат – до предложения: постоянно обновлять арсенал исследовательского инструментария. Журналистика «работает» непосредственно с информацией, и все проблемы, связанные с ее репутационным капиталом, соотносятся с качеством информации. Все претензии в адрес достоверности информации и, как следствие, приводят к истокам: а журналистике какого формата учить сегодня студентов? Почему падает культура журналиста? (Брайер, 2000).

На разных дискуссионных площадках чаще всего ставится и обсуждается, по сути, один вопрос, а учим ли мы самой журналистике, т.е. непосредственно, как писать. Проанализировав рабочий учебный план, мы с трудом насчитали 5-6 дисциплин, где мы можем выделить время для детальной формулировки практического задания и его завершенного исполнения, который впоследствии успеваем разобрать на 1-2-х примерах (Журналистское образование, 2000).

О. Евдокимова в материале «В журналистику бы пошел, пусть меня научат» поделилась сведениями об организации учебного процесса в Европейской Академии журналистики (Europaeische Journalismus Akademie — EJA) Дунайского университета (город Кремз, Австрия), где получала последипломное образование: «занятия проходят 5 раз в неделю с 9.00 до 17.00. В течение всего учебного дня мы общаемся с одним единственным преподавателем... Например, тема «Экология и проблемы освещения данной проблемы средствами массовой информации»; в течение 2-х недель мы учились писать тексты жанра «новости». Каждый день одни и те же вопросы: что, где, когда и т. д. Каждый день попытка довести уровень текста до профессионального. Каждый день критика и ошибки. Кропотливая работа дает свои результаты». Креативная вчерашняя выпускница екатеринбургского вуза логично задается вопросом: «Почему бы на факультете не заняться этим всерьез? Писали бы заметку 2 месяца» (Евдокимова; 2000).

Имеется ли подобная практика в журналистской школе Казахстана?

В течение 2-х лет наши студенты обучались по программе «Академическая мобильность» при факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби.

Интересный и продуктивный вариант профессионального сотрудничества предложили профессора КазНУ им. аль-Фараби (Ибраева, Мысаева, 2017). Наши коллеги пробуют оттачи-

вать навыки работы, погружая на какой-то отрезок в пределы одного метода – например, фактчекинга.

В первый свой приезд Мысаева К.Н. и Ибраева Г.Ж. организовали «online» встречу с профессором Эриком Фридманом. Вскоре он приехал лично с авторским курсом по «Экологической журналистике». Курс был полезен своей продуктивной методологией, как освещать в прессе новости и исследовать состояние окружающей среды, в частности.

Ученый демонстрировал, как в Кыргызстане многие экологические неправительственные организации сталкиваются с препятствиями и ограничениями в попытках установить сотрудничество с медиа, в этом причина «скромного масштаба» экологической журналистики и «узость круга освещаемых проблем». СМИ и экологические неправительственные организации (НПО) в определении тематики, приоритетов дискуссий о политике в области охраны окружающей среды отмечают ограниченность возможностей. В тех случаях, когда сотрудничество со СМИ все же возникает, оно редко приносит реальную пользу, почти не приводит к появлению в медиа общественно-значимых материалов о состоянии окружающей среды. Как подчеркнул профессор Фридман, исследование было основано на контент-анализе материалов сетевого информационного агентства 24.kg и газеты «Вечерний Бишкек». В проекте были использованы обзоры статей в СМИ и анализ интервью с представителями экологических НПО.

Когда журналист любой ценой хочет заинтересовать аудиторию, по мнению Фридмана, это может привести к обратному действию и нанести обществу вред. Непрофессиональная информация о преступлениях, в т.ч. в сфере охраны окружающей среды, эти медийные пороки могут быть предотвращены посредством образования. Обучение современного журналиста должно включать: выработку критического мышления, умение анализировать конкретные вызовы окружающего мира, оттачивание писательского мастерства.

Для эксперимента нами были отобраны четыре методических «включения», связанных друг с другом по приемам и технологиям подготовки медийного продукта. Как говорится в рекламном слогане – «под ключ». Этапы исследования продиктованы поставленными задачами и ожидаемыми результатами.

Этап 1-ый. Ребрендинг фирменного профориентационного «Фестиваля»: вместо конкурса проектов по творчеству региональных авторов

абитуриентам предложили взять у них интервью. До фестиваля практикующие журналисты провели консультации (они же потом оценивали конкурс в качестве членов жюри) по специфике жанра. Второй конкурс тоже был професиональный: на готовый видеоматериал нужно было подготовить закадровый текст (ЗКТ). Так будущие абитуриенты были включены в процесс изготовления журналистского продукта – налицо интрига профессии.

В тот год по сравнению с предыдущими наборами к нам подали больше всего заявлений к поступлению.

Этап 2-ой. Специальная дисциплина «Введение в журналистику». Учимся собирать информацию – «online». Суть задания на семестр – выяснить, кто такой «Абитуриент-2020»? Какие профессии он выбирает и почему? На вооружение студентами были привлечены социологические методы. Учились формировать целевую аудиторию; делить по признакам; соединять по результатам. А потом самое главное – написать про ЭТО заметку. Работа с главными ключевыми функциями журналистского текста: информация, контент и воздействие.

Этап 3-ий. Дисциплина профессиональной подготовки «Проблемы современной казахстанской журналистики». До эксперимента делали акцент только на проблемы, которые, казалось бы, отдельно взятому журналисту не под силу. Выпускной курс: как и что писать о проблемах, которые решаются на другом уровне... Постепенно научились находить в Интернете материалы про Центры, финансируемые разными общественными Фондами по защите природы и т. д. Так мы «вышли» на Университет штата Мичиган, Центр экологической журналистики, среди квалифицированных специалистов – наш «старый знакомый» Эрик Фридман! (Фридман, 2016). Теперь студентам был понятен подход ученого-практика: последовательно погружаясь в одну проблему в разных формах ее проявлениях, стать авторитетным экспертом. Налаживание контакта имеет целью не только формирование устойчивого интереса, но и пользу образовательным программам. Конечная установка – рост социальной ответственности преподавателей и практиков перед студентами, перед обществом.

Этап 4-ый. Встречи с выпускниками, успешными в профессии. Статистика социологических программ. Начинаем с дискуссии на тему «Успешный специалист в профессии. Кто он?»

## Материалы и Методы

Материалом для первоначального наблюдения послужили работы ученых, исследовавших проблему подготовки профессиональных журналистских кадров. Большинство из них считает содержание профессиональных школ важным делом и вкладывает деньги в подготовку журналистских кадров, результаты их инновационной учебной деятельности по качеству подготовки выпускников-журналистов.

Здесь нам бы хотелось привести несколько цитат от исследователя Е.И. Дудиновой, в статье «Журналистское образование в структуре инновационного университета: поиск модели» автор отмечает, что среди множества ИКТ возникает реальная опасность – «не заиграться!». Это касается и других предметов – доходит до абсурда: УМКД не принимают, если нет интерактивной площадки с использование техник, приемов и т.д. И еще двумя высказываниями уважаемого коллеги с удовольствием воспользуемся: «Знания должны подаваться в доступной, но не примитивной форме» и «Журналистика – не наука, но живая профессия, стремительно меняющая контент, технологии, идеологию, а порой и функциональные задачи» (Дудинова, 2012). Педагог-исследователь знакомит нас с положительными примерами Европейской ассоциации EJTA (European Journal Training Association), которая объединяет школы и факультеты журналистики; разрабатывает профессиональные стандарты и общие принципы подготовки журналистских кадров.

Значительный опыт накоплен и на факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби. Применение таких интерактивных методов для студентов полезно, они побуждают к саморазвитию. Задача обучения творческим специальностям – помочь студентам использовать свое креативное «я» в профессии, создавать, искать и находить новое и оригинальное. Интерактивные методы, по мнению многих педагогов, призваны в максимальной степени побуждать к саморазвитию, в основе которого – творчество.

Но вопрос о выборе продуктивной методологии остается открытым.

В качестве оптимальных методов исследователи, как правило, выбирают наблюдение, описание и обобщение с элементами контекстуального анализа. Следующим шагом стало изучение редакционной политики. «Включенное наблюдение». «Экспериментальный» метод». Проблема подготовка кадров для казахстанской медиа-

сферы начинается с внедрения образовательных программ по медиаграмотности в средней школе Казахстана – актуальный вопрос.

## Научная методология

«Живая журналистика» не поддается «застывшим» алгоритмам и готовым сценариям! В ее задачи входит постановка самих вопросов, которые не давали бы нам успокаиваться. Большинство студентов убеждены, что на этом все и заканчивается. Все только начинается! Удивительно интересно в учебной обстановке, «в полевых» условиях. Гости уехали, результаты обсудили. Что дальше?

Специфика методологического подхода в рамках проведенного наблюдения заключается в диалектическом и сбалансированном использовании теории и практики, ориентации на достижение поставленных результатов в подготовке профессиональных медиаспециалистов.

Каждый этап исследования соотносим с определенным методом исследования (описание, выборка, формулировка выводов) и ориентирован на получение конечных результатов исследования, подтверждающих или опровергающих выдвинутую вначале гипотезу.

## Обзор литературы

В 2000-м году, ровно 20 лет назад, в Екатеринбурге была организована международная учебно-методическая конференция «Журналистское образование в XXI веке. Кого, кому и как учить журналистике?». (Журналистское образование в XXI веке, 2000). Помимо общих проблем, которые так до сих пор и не сняты с повестки дня в образовательной политике вузов на постсоветском пространстве, рассматривались и конкретные темы.

В первую очередь нами были охвачены фундаментальные и, по возможности, новые труды по исследуемой тематике зарубежных авторов. Анализ данных трудов, с точки зрения их научного вклада, помог составить круг проблем в подобных исследованиях, а также убедиться, что выбранный нами ракурс не представлен в массиве исследовательских работ, а значит полученные результаты призваны внести дополнительные научные сведения в общую исследовательскую картину.

Для сравнения мы поинтересовались, что происходит в сфере мировой журналистики. Нам удалось изучить труды немецких, британских,

испанских коллег. Приятно было узнать, что европейские вузы испытывают похожие кадровые проблемы в вузе. Например, лишь в 1949 году Королевская комиссия по прессе провозгласила идею о необходимости создания журналистских курсов, призванных обеспечить профессиональную подготовку журналистских кадров. А спустя некоторое время в ряде английских университетов открывают журналистику, констатируя, что навыков недостаточно. Культура закладывается в стенах университета при получении профессионального образования. Только она формирует у журналиста собственное мнение, которое может расходиться с мнением интервьюируемого. И даже в тех случаях, когда сотрудничество со СМИ все же возникает, оно редко приносит реальную пользу и почти не приводит к появлению в СМИ общественно-значимых материалов, например, о состоянии окружающей среды. Исследование основывается на контент-анализе материалов сетевого информационного агентства.

## Результаты и Обсуждение

Современная журналистика в Казахстане. Полученные уже на первоначальном этапе результаты убедили нас в продуктивности выбранного направления исследования: непосредственная профессиональная ситуация в режиме реального времени мобилизует творческую личность.

В «карантинный» год нам пришлось потрудиться над созданием заданий. Раз уж дети и так «сидели» на площадке» ZOOM.

1. Фестиваль «Юный журналист» мы провели в режиме on-line. После регистрации и выбора темы в течение 72-х часов с момента отправки задания по электронной почте и подтверждающего звонка на телефон, старшеклассники ознакомились с заданием и стали «писать» свою историю, а этому предшествовал поиск и работа с первоисточником. Каждая тема – с ориентацией на технологию критического мышления: применение речевых навыков и выбор речевого поведения (с подсказкой образца стиля!) в соответствии с предложенной моделью и речевой ситуацией.

Итак, темы: 1) Сторителлинг «Его именем названа школа...»; 2) Презентация «Я – редактор» (Новый молодежный журнал или газета – реклама для рекламодателей); 3) Эпистола (стилизация: «Ванька Жуков – журналист о своей «несчастной» доле»); 4) Звездные войны-2020 «На земле осталось 3 журналиста... Послание человечеству»; 5) Путевой журнал экспедиции

академика Д. Лихарева (по аналогии с книгой В. Каверина «Два капитана»); 6) «Один день из жизни старообрядцев» (журналист проводит вместе с ними и делает то, что делают ежедневно они: доит корову... и, соответственно описывает свои действия).

Представляем фрагмент призовой работы:

Я – Ванька Жуков, да, тот самый, ваш знакомый,  
Вам обо мне сам Чехов рассказал...  
Теперь служу в журнале я «Пчела».  
А на двери в мой кабинет висит табличка:  
«И. Жуков. Журналист». (Ну и дела!)  
Ну вот и все, прощаюсь, мой читатель!  
Ваш Ванька Жуков... — жизни наблюдатель!

Погружение в природу медиатекста дает молодому учащемуся серьезные преимущества. Темы сформулированы нестандартно и требуют оригинальных решений – чем и вызвали интерес старшеклассников на пороге самостоятельной жизни. С проблемами журналистики тематика конкурса связана напрямую: открывает неизвестные страницы родного города, которые могут быть рассмотрены в качестве маркетинг-проекта.

Опять вопросы: почему в специально организованных условиях студенты проявляют профессиональные навыки, доводят до конца выбранные тактики и получают конкурентоспособный продукт. А в производственной рутине творческой составляющей не видят? Или не хотят?

Первым, кто употребил понятие медиатизации применительно к политической сфере, был шведский исследователь Hajrvard, интерпретирующий ее, прежде всего, через влияние СМИ на политическую коммуникацию. По его мнению, медиатизация политики означает процесс, при котором политическая система сильно зависит от масс-медиа и подстраивается под их требования освещения политики (Hajrvard, 2008).

Какие еще проблемы выявляются в медиаобразовании?

1. На первом этапе в соответствии с поставленной задачей абитуриенты получают доступ к источниковым базам и тем самым получают легитимность концепции обновленной Программы, которая формирует навыки работы с текстами разных стилей и определение достоверности документа.

2. Первый курс дисциплина «Введение в журналистику»; первое занятие (онлайн) погружает будущего специалиста непосредственно в технологию процесса. На самом простом материале – опросить одноклассников, родственников, соседей...» – в т.ч. Ваш собственный выбор

профессии «журналистика!». Интрига задания в том, что увлечение сбором материала – лишь подготовка. Дальше – самое ответственное – «делать» новость! Надо дать понять первокурснику, что ни в какой другой профессии он не получит право сделать из заурядного события сенсационную новость.

3. В течение последних 2-3-х лет в учебный рабочий план по специальности «Журналистика» включена дисциплина «Проблемы современной казахстанской журналистики». В ходе курса от студентов требовалось научиться выделять актуальную информацию, подтвержденную фактами, с информацией и ее аутентичной подачей в разных СМИ. Аудиторная и внеаудиторная работа поступала для определения оценки, включая статистические данные в процессе многократной обработки с позиции скоординирования информации и воздействия материала. Медиапродукт зачитывался как подготовленный к печати.

4. «Хочу с вами поделиться новыми успехами». Такая традиция: выпускники, нашедшие себя в профессии, обязательно приходят со своей историей успеха и ревностно следят-расспрашивают: какие сегодняшние первокурсники лучше их или нет.

В ходе наблюдения перед нами раскрывались новые аспекты подготовки кадров. Так, было отмечено, что некоторые яркие на первом курсе студенты, подающие надежды, через год-два ушли в другую сферу. Были и случаи «наоборот».

При выборе профессии на «abituriensком» этапе... задача – увлечь!

В ходе обзорного знакомства с «секретами» профессии на младших курсах необходимо закрепить приоритеты и привилегии профессии, задача – удержать, заинтересовать – важный мотиватор!

Заключительный этап – в интервью со вчерашними студентами «диагностировать» в профессионализме. Сделанный вывод заставил нас внести корректизы в выборе и содержании дальнейших профессиональных дискуссий, в т.ч. на страницах печатных медиа и в аудитории, что помогало выявить проблемные зоны.

В средствах массовой информации Кыргызстана освещаются проблемы с состоянием окружающей среды, легко заметить, что внимания СМИ к этим вопросам недостаточно, по сравнению с серьезностью экологических и природоохранных проблем в стране. В частности, проблем с качеством воды, загрязнением воздуха, разрушением местообитания различных видов животных и птиц, изменением климата, таянием ледников и вырубкой леса. В Кыргызстане заре-

гистрировано более 350 неправительственных организаций (НПО), занимающихся именно экологической ситуацией в стране. Однако обнаружилось, что на момент исследования только шесть организаций, чьи головные офисы размещаются в столице Республики – Бишкеке, вели постоянную систематическую работу, имели финансовую поддержку и были заняты в каких-то проектах. Но и эти экологические НПО не сформировали сильных сетей, способных влиять на правительство, эффективно лobbировать меры по охране природы, побуждать граждан активно интересоваться проблемами защиты окружающей среды.

Отмечен скромный масштаб экологической журналистики и узость круга освещаемых проблем.

### **Заключение и выводы**

Один из членов редакционной коллегии, автор многих книг и учебных пособий, материала в сборнике международной учебно-методической конференции «Журналистское образование в XXI веке» В.Ф. Олешко, привел в своем выступлении весьма знаковую ситуацию. Приезжая в другой вуз, на конференцию или по программе обмена, гость непременно поинтересуется: «Нет ли у вас книг, учебных пособий, которые можно купить? Востребуется буквально все: программы, учебные планы, методические указания, контрольные задания, не говоря уже об учебных пособиях и научной продукции. Потребность настолько велика, что пора говорить о «методическом голоде». Ряд исследователей, по-прежнему, уповают, что с введением цикла интерактивных дисциплин они «реанимируют» профессиональную культуру журналиста (Олешко, 2000), общегуманитарная подготовка журналиста приблизит нас к постановке вопроса (Павлович, 2000).

Журналистика цифровой среды и исследовательские магистерские курсы связаны с новым пониманием профессии и идентичности журналиста в условиях цифровизации, потребностями рынка образовательных услуг и требованиями работодателей (Пэнто, 1972). Но это не исключает постоянной ежедневной работы журналистов с текстом – своим или критикой чужого текста. Старшекурсники, обретая навык «сканирования» ошибок – от грамматических до сюжетных, жанровых – быстро их обнаруживают. Но не могут оперативно заменить своей версией. Например, мультимедийные технологии в фор-

мате сторителлинга: информация подается в виде «житейской» истории и оказывает формирующее воздействие и на аудиторию, и на самого журналиста. Впоследствии автор всегда будет иметь в своем арсенале этот беспрогрышный прием, многократно отработанный на занятиях.

Жалоба ученых и практиков-журналистов на снижение привлекательности и признаков профессиональной некомпетентности в среде представителей «четвертой» власти станет необоснованной при совместных усилиях практиков и теоретиков, начиная со школьной скамьи. (Мангейм, 2006). Эта предположение Мангейма перекликается с нашим предположением – начать с работы с абитуриентами.

Представленные приемы и фрагменты разработанной авторами методологии подтвердили, что даже часть вузовских дисциплин, максимально приближенных к профессиональным требованиям, способны «запустить» механизм самоизготовления будущего журналиста (Ахметова,

2018). Для подготовки автора текстов исключительную ценность, по мнению Корконосенко, имеет литература особого свойства – «задачники», сборники упражнений на профессиональную экспертизу практических ситуаций в технологии «case studies» (Корконосенко, 2006).

Первые результаты дали начало для разработки целостной программы обучению всех предметов – т.е. концепции Программы обновления образования. Школьники, пришедшие из средних учебных заведений, должны безостановочно двигаться дальше!

Изучение состояния журналистского образования в профессиональной среде – своественный, актуальный процесс поиска истины. Неслучайно в этот процесс вовлечены международные организации, такие как ООН, ЮНЕСКО, выпускающие сборники, материалы, например: Серия ЮНЕСКО-ООН по образованию (ЮНЕСКО ООН, 2017). Наш вердикт: «Журналистике – учат!»

## Литература

- Ахметова Л.С. Медиаобразование в Казахстане: современный период. Сб. материалов «PR и СМИ в Казахстане – Алматы: Қазақ университеті, 2018 – Вып. 15. – С. 224-226.
- Брайер А. О некоторых аспектах профессиональной культуры журналиста // Журналистское образование в XXI веке.... – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2000. – С. 19.
- Дудинова Е.И. Журналистское образование в структуре инновационного университета: поиск модели // Вестник НГУ. Серия: История, филология Т. 11. Выпуск 11. 2012 – С 77-84.
- Евдокимова О. В. В журналистики б я пошел, пусть меня научат // Журналистское образование в XXI веке. Кого, кому и как учить журналистике? Сб. материалов международной учебно-методической конференции. – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2000. С.170-174.
- North, Louise, The Gender ‘Problem’ in Australia Journalism Education (December 4, 2010). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2015844> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2015844>
- Ибраева Г. Ж. Журналистика Казахстана перед новыми вызовами. – 3-е изд., доп. и обновл.: монография – Изд. «Қазақ университеті» 2017, С 196-213.
- Ибраева Г. Ж. Мысаева К.Н. Потребление новостных материалов в интернете в центральной Азии – IWPR, Кыргызстан: Представительство Института по освещению войны и мира в Центральной Азии, 2019. – С. 82. <https://pps.kaznu.kz/ru/Main/FileShow2/178661/30/1/87/0/>
- Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: взгляды и опыт. – СПб.: Изд-во СПб ун-та, 2006. – 152 с.
- Мангейм Дж. Б., Рич Р. К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. – М.: Весь Мир, 1997.
- Негизбаева М. О., Дудинова Е.И. Казахстанский Путь: научный анализ стратегии, интегративной миссии и методов информационной поддержки. – Алматы: Изд. «Қазақ университеті» 2017. – С. 87.
- Серия ЮНЕСКО по образованию для журналистов. Модель учебной программы по журналистике. Опубликовано ООН по образованию. Франция. – 2017. Электронный ресурс: <http://ru.unesco.kz/unesco-series-on-journalism-education>
- Олешко В. Ф. Профессиональная культура журналиста (к методологии преподавания цикла интерактивных дисциплин) // Журналистское образование в XXI веке. Кого, кому и как учить журналистике? Сб. материалов международной учебно-методической конференции. Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2000. – С. 12-19.
- Павлович С. Общегуманитарная подготовка журналиста: к постановке вопроса. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. – 202 с.
- Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук: Пер. с фр. – М.: Прогресс, 1972. – 607 с.
- Свитич Л. Г. Профессия: журналист. Учебное пособие / Л.Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 255 с.
- Стинс О., ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник ВолГУ. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2008. Вып. 7. – С. 98–106.
- Hajrvard S. Mediatization of Society. A Theory of The Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29, No 2. P. 105-134.
- Thompson J. B. The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Stanford University Press, 1995. 314 p.

Фридман, Эрик. Интервью с профессором факультета журналистики Мичиганского университета Эриком Фридманом / Эрик Фридман; записала С. Симакова // URL: <http://chelyabinsk.ru/text/person/27843350482944.html> (дата обращения: 15.03.2016).

#### References

- Akmetova L.S. (2018) Mediaobrazovanie v Kazakhstane: sovremennyj period. [Media education in Kazakhstan: the modern period]. Sb. materialov «PR i SMI v Kazakhstane –Almaty': Kazak universiteti' – Vy'p.15. – S. 224-226.
- Brajer A. (2000) O nekotorykh aspektakh professional'nogo kul'tury zhurnalista. [About some aspects of the professional culture of a journalist] // Zhurnalistskoe obrazovanie v XXI veke.... – Ekaterinburg: Izd-vo Ural, un-ta, S.19.
- Dudinova E.I. Zhurnalistskoe obrazovanie v strukture innovacionnogo universiteta: poisk modeli [Journalistic education in the structure of an innovative university: the search for a model] // Vestnik NGU. Seriya: Istorija, filologija T. 11. Vy'pusk 11. 2012 – S 77-84.
- Yevdokimova O. V., (2000) V zhurnalisty b ya poshel, pust' menya nauchat [I would go to journalists, let them teach me], – Ekaterinburg: USU. pp.: 170-174.
- North, Louise (2017) The Gender 'Problem' in Australia Journalism Education (December 4, 2010). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2015844> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2015844>
- Ibraeva G. Zh. Zhurnalistika Kazakhstana pered novy'mi vy'zovami. [Journalism in Kazakhstan faces new challenges.] 3-e izd., dop. i obnovl.: monografiya – Izd. «Қазақ universiteti'» 2017, S 196-213.
- Ibraeva G. Zh. My'saeva K.N. (2019) Potreblenie novostnykh materialov v internete v central'noj Azii [Consumption of Internet News Materials in Central Asia and the Central Asia] – IWPR, Kyrgyzstan: Predstavitel'stvo Instituta po osveshheniyu vojny i mira v Central'noj Azii, 2019. S. 82. <https://pps.kaznu.kz/ru/Main/FileShow2/178661/30/1/87/0/>
- Korkonenko. S.G. (2006) Prepodayem zhurnalistiku: vzglyady i opty [Teaching Journalism: Views and Experience] / SPb.: Izd-vo SPb un-ta, 2006. – 152 s.
- Mangeym Dzh. B., Rich R. K. (1997) Politologiya. Metody issledovaniya [Political Science. Research methods]: Per.s angl. – M.: Ves' Mir, P.57.
- Negizbaeva M. O., Dudinova E.I. (2017) Kazakhstanskij Put': nauchnyj analiz strategii, integrativnoj missii i metodov informacionnoj podderzhki. [Kazakhstan Way: scientific analysis of strategy, integrative mission and methods of information support]. Izd. «Қазақ universiteti'» 2017. S. 87.
- Seriya UNESCO po obrazovaniyu dlya zhurnalistov. Model' uchebnoj programmy po zhurnalistike [UNESCO Series on Education for Journalists. Model curriculum for journalism]. Opublikовано ООН по образованию. Francziya. – 2017. E'lektronnyj resurs: <http://ru.unesco.kz/unesco-series-on-journalism-education>
- Oleshko V. F. (2000) Professional'naya kul'tura zhurnalistika (k metodologii prepodavaniya tsikla interaktivnykh distsiplin) [Professional culture of a journalist (to the methodology of teaching a cycle of interactive disciplines)] // 2000. C.12-19.
- Pavlovich S. (2000) Obshchegumanitarnaya podgotovka zhurnalista: k postanovke voprosa [General humanitarian training of a journalist: to raise the question]. – Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2000. — 202 s.
- Pento R., Gravitts M. (1972) Metody sotsial'nykh nauk [Social Science Methods]: Per. s fr. – M.: Progress, 1972. – 607 s.
- SSvitich L. G. (2003) Professiya: zhurnalista [Profession: journalist] Uchebnoe posobie / L.G. Svitich. – M.: Aspekt Press, 2003. 255 s.
- Stins O., van Fukht D. (2008) Novyye media [New media] // Vestnik VolGU. Ser. 8: Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2008. Vy'p. 7. S. 98-106.
- Hajrvard S. Mediatization of Society. (2008) A Theory of The Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29, No 2. P. 105-134.
- Thompson J. B. (1995) The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Stanford University Press, 1995. 314 p.
- Fridman, Erik. (2016) Interv'yu s professorom fakul'teta zhurnalistiky Michiganskogo universiteta Erikom Fridmanom [Interview with University of Michigan Journalism Professor Eric Friedman] / E'rik Fridman; zapisala S. Simakova // URL: <http://chelyabinsk.ru/text/person/27843350482944.html> (data obrashheniya: 15.03.2016).

С.М. Аяпова 

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан  
e-mail: sayazhan.ayapova@gmail.com

## ЗАРУБЕЖНЫЕ И КАЗАХСТАНСКИЕ МЕДИА ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Одна из современных технологий – искусственный интеллект, чье влияние распространяется на все сферы жизни, в том числе и на медиаиндустрию, а в большей степени – социальные сети.

Цели исследования: описать особенности применения искусственного интеллекта в журналистике, сопоставить количество положительных и отрицательных оценок в медиа касательно искусственного интеллекта.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в определении объема использования искусственного интеллекта при создании различного медиаконтента. Полученные сведения могут быть применены при дальнейшем изучении искусственного интеллекта в журналистике. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных в учебном процессе и при изучении смежных тем. Согласно полученным результатам, применение искусственного интеллекта в журналистике на сегодняшний день возможно только в тех новостных статьях, которые не предполагают смысловой нагрузки и объективной оценки материала. Однако, мы подчеркиваем сферу влияния искусственного интеллекта в сборе информации и выявлении последних современных тенденций и приходим к выводу, что в последние десять лет журналистика на основе искусственного интеллекта широко используется в редакциях по всему миру, где технология способна выдавать статьи на финансовые и спортивные темы. Сущность вышеизложенного сводится к тому, что автоматизация освобождает журналистов от рутинной деятельности, такой как проверка грамматических ошибок и соблюдение определенных языковых правил, поэтому предоставляет площадку для более полноценной и творческой работы. Что позволяет производить больше материала и более эффективно предоставлять информацию.

**Ключевые слова:** новые технологии, искусственный интеллект, автоматизация, журналистика, социальные сети.

Аяпова С.М.  
Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan  
e-mail: sayazhan.ayapova@gmail.com

### Foreign and kazakhstan media on the use of artificial intelligence in journalism

One of the modern technologies is artificial intelligence, whose influence extends to all spheres of life, including the media industry, and, to a greater extent, social networks. Objectives of the study: to describe the features of the use of artificial intelligence in journalism, to compare the number of positive and negative assessments in the media regarding artificial intelligence.

The theoretical significance of this study lies in determining the amount of artificial intelligence used in the creation of various media content. The information obtained can be applied in the further study of artificial intelligence in journalism. The practical significance of the research lies in the possibility of using the obtained data in the educational process and in the study of related topics. According to the results obtained, the use of artificial intelligence in journalism today is possible only in those news articles that do not imply a semantic load and an objective assessment of the material. However, we highlight the reach of AI in gathering information and identifying the latest trends, and we conclude that AI journalism has been widely used in newsrooms around the world for the past decade, where technology is capable of delivering articles on financial and sports topics. The essence of the above boils down to the fact that automation frees journalists from routine activities, such as checking grammatical errors and adhering to certain language rules, therefore, it provides a platform for more complete and creative work. This allows more material to be produced and information to be provided more efficiently.

**Keywords:** artificial intelligence, journalism, algorithm, social media, new technologies, automation

С.М. Аяпова

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

e-mail: sayazhan.ayapova@gmail.com

### **Шетелдік және қазақстандық медиа жасанды интелектіні журналистикада қолдануы**

Заманауи технологиялардың бірі – жасанды интеллект, оның әсері өмірдің барлық салаларына, соның ішінде медиаиндустрияга және әлеуметтік желілерге таралады. Зерттеудің міндеттері: журналистикада жасанды интеллектті қолдану ерекшеліктерін сипаттау, жасанды интеллектке қатысты бұқаралық ақпарат құралдарындағы он және теріс бағалардың санын салыстыру. Бұл зерттеудің теориялық маңыздылығы әр түрлі медиа-контентті құру кезінде жасанды интеллектті пайдалану қөлемін анықтау болып табылады. Алынған ақпараттар журналистикадағы жасанды интеллектті одан әрі зерттеуде қолданылуы мүмкін. Зерттеудің практикалық маңыздылығы алынған мәліметтерді оқу процесінде және байланысты тақырыптарды зерттеуде қолдану мүмкіндігінде болып келеді. Алынған нәтижеге сәйкес бүгінгі таңда жасанды интеллектті журналистикада қолдану тек жүктеме мен материалды объективті бағалауды қамтымайтын жаңаңықтар мақалаларындаға мүмкін болады. Дегенмен, біз ақпараттар жинауда жасанды интеллекттің қол жетімділігін ерекше атап өте отырып, оның соңғы онжылдықта технологиялары қаржы және спорт тақырыптарында мақалалар жеткізуге қабілетті дүниежүзі редакцияларында жасанды интеллектуалды журналистика кеңінен қолданылады деген тұжырым жасаймыз. Яғни, автоматтандыру арқылы журналистерді грамматикалық қателерді тексеру және белгілі бір тілдік ережелерді сактау сияқты әрекеттерден босатуға, толық және шығармашылық жұмыс жасауға жағдай жасалады. Осылайша мақалалардың санын көбейтуге және ақпаратты барынша толыққанды жеткізуге мүмкіндік береді.

**Түйін сөздер:** жаңа технологиилар, жасанды интеллект, автоматтандыру, журналистика, әлеуметтік желілер.

## **Введение**

Прежде всего, следует отметить колossalное влияние искусственного интеллекта (ИИ) практически на все сферы жизни. Уже сейчас различные государственные организации и НПО Казахстана интегрируют в свои платформы боты для коммуникации с клиентами. В этом случае, технологии ИИ постоянно осваивают определенный навык с помощью алгоритмов прогрессивного обучения.

В отличие от роботизации, первостепенная роль ИИ вовсе не предполагает полную автоматизацию ручного труда, а в большей степени фокусируется на повышении коэффициента полезности. В качестве одного из ярких примеров ИИ можно назвать встроенную технологию «Siri» от «Apple», которая предоставляет пользователям широкий спектр услуг: от поиска нужной локации до заказа еды на дом.

С развитием информационных и коммуникационных технологий отрасли средств массовой информации также претерпели кардинальные изменения. Стремительное развитие искусственного интеллекта и машинного обучения в корне поменяло и саму журналистику. Появление специфических компьютерных программ, способных заменить репортера, обозначило будущее; и многие задались вопросом: будет ли

способен ИИ полностью заменить живого журналиста? Общественность разделилась во мнении: ИИ – это хорошо или плохо. Цели данного исследования: описать особенности применения искусственного интеллекта в журналистике, составить количество положительных и отрицательных оценок в медиа касательно искусственного интеллекта.

В 2019 году в декабрьском выпуске журнала «The Economist» было опубликовано интервью с объектом ИИ под названием GPT-2. В GPT-2 был встроен алгоритм генерирования текстов, в самом интервью ему задавали вопросы о состоянии планеты в следующем году. GPT-2 был задан конкретный вопрос: «Какое будущее у ИИ?» Последовал ответ: «Было бы неплохо, если бы мы использовали эту технологию более ответственно и относились к ней как к служебной программе. Мы должны приложить больше усилий для развития технологии, а не беспокоиться о том, что она нанесет вред или разрушит нашу жизнь» (Молс, 2020).

Как утверждалось ранее, опасения общества касательно ИИ подтверждаются в словах GPT-2. Однако разработчики спешат успокоить взъявленную аудиторию, ведь объект ведет себя абсолютно неосознанно, все данные были встроены в него. Разработчики GPT-2 уверяют, что ответы ИИ были расплывчатыми и на самом деле

он не понимает, о чем говорит. Разумеется, они делают акцент на его производительности. По их мнению, автоматическая генерация текста – это один из многих примеров, демонстрирующих потенциальную мощь ИИ.

### **Материал и методы**

Основной метод, используемый в данном исследовании, – контент-анализ, позволяющий произвести как количественную, так и качественную выборку. Также в ходе исследования был применен сравнительный анализ при сопоставлении положительных и отрицательных оценок работы искусственного интеллекта в медиаиндустрии. Основным материалом исследования послужили статьи о роботах-журналистах и ИИ в медиа, опубликованные в период с 2015 по 2020 гг. в зарубежных и отечественных СМИ.

В данном исследовании мы опирались на постулаты научной школы Маркони, материалы из книги «Элементы журналистики» (Ковач, 2007); использовали данные McKinsey & Company в Казахстане, а также маркетингового института в области искусственного интеллекта.

### **Обзор литературы**

Искусственный интеллект является устройством, которое в теории способно реализовать все функции мозга человека (Аверин, 1992). Термин «искусственный интеллект» был создан учеными около 60-ти лет назад. Впервые его использовал Дж. Маккарти на конференции в Дартмутском университете. Сам Дж. Маккарти является автором первого языка программирования для задач ИИ – «Lisp» (Маккарти, 1956).

США активно начали использовать технологии ИИ, основанные на искусственных нейронных сетях с 1960-х годов в промышленной и военной отраслях (Рахметуллаев, 2020). Вышеназванная технология была способна имитировать мыслительные процессы человеческого мозга и распознавать закономерности в различных данных.

Однако, в связи с широким распространением термина «искусственный интеллект» и его популяризации у большинства сформировалось стереотипное мнение касательно ИИ, в большей степени основанное на научно-фантастических фильмах и романах, где гуманоидные роботы со сверхчеловеческими интеллектуальными способностями порабощают все человечество. Примерами могут послужить такие известные кинофильмы, как «Матрица» и «Я, робот».

Аудиторию, которая читает новостные статьи на информационных сайтах или в социальных сетях, раздражают орфографические и грамматические ошибки. Даже при максимальной осторожности журналиста и окончательной проверке редактором возникновение ошибок не всегда можно предотвратить. Как утверждают разработчики (OpenAI), применение ИИ в журналистике гарантирует полное отсутствие ошибок и багов (термин «баг» означает ошибку в системе, из-за которой программа выдает неожиданное поведение) в текстах.

С широким развитием онлайн-журналистики эффективность работы и качество продукции вышло на первое место. В соревновании за аудиторию между СМИ разрыв в несколько минут в публикации может стать решающим для редакции. Многие журналисты сталкиваются с дилеммой: опубликовать статью сразу же, выиграв у конкурентов время, или потратить дополнительное время на редактуру, выиграв в качестве. Нивелировать эту дилемму может ИИ: технология не допускает ошибок при работе и может за считанные секунды исправить ошибки в тексте, созданном журналистом.

Отметим, что ИИ способствует глобализации журналистики благодаря успешному автоматическому переводу текстов. Как известно, программы для переводов существуют с 2006 года (Море, 2018), но, к сожалению, результат оставлял желать лучшего и был недостаточно корректен с точки зрения естественного перевода. ИИ значительно улучшает качество автоматических переводов; и в идеале переведенный текст не выглядит как изначально написанный на другом языке. Использование этой технологии значительно уменьшает потребность в журналистах-переводчиках, однако полностью обойтись без соответствующих специалистов в данных вопросах невозможно.

### **Результаты и обсуждение**

ИИ – это необходимый инструмент для анализа огромного объема данных, которые ежедневно производятся в современном мире. По оценкам International Data Corporation, в 2020 году мировой объем цифровых данных достиг 44 зэтабайта (один зэтабайт – триллион гигабайтов) (Артемьев, 2018). Для сравнения в 2013 году этот объем составлял всего 4,4 зеттабайта.

На сегодняшний день контент в социальных сетях, созданный благодаря автоматизированным технологиям, является нормой для многих

интернет-редакций («Associated Press», «The New York Times», «BBC» и т.д.). ИИ успешно анализирует данные, определяет повышенный интерес аудитории к той или иной новости, и незамедлительно выдает ее в топ, что позволяет редакциям следовать тренду. Важным фактором остается то, что в первую очередь интересует читателей. Почти все системы ИИ могут с максимальной точностью определить вызовет ли новая тема интерес у аудитории, исходя из предыдущих отзывов от пользователей.

Применение ИИ в медиа не обходится без технических недоработок, которые влияют на репутацию издания: например, ИИ от Microsoft (бот по имени Тэй) оказался замешен в скандале, не проработав и десяти дней. Алгоритм перепутал участников британской поп-группы смешанной расы и разместил некорректные фотографии на главной странице сайта. За последствия пришлось отвечать людям (Черноусов, 2020). Подобные ошибки достаточно часто встречаются в работе ИИ. Даже сравнивая внедрение ИИ в бизнесе, большая часть инициатив по цифровизации не заканчивается успехом. Большинство таких проектов попросту не доходят до конечного уровня внедрения и эксплуатации. Создание и выпуск медиа – тоже своего рода бизнес, отсюда – интерес медиавладельцев к ИИ, и желание заполучить максимально возможную аудиторию в минимальный срок и при минимальных затратах. Инвестиции в ИИ могут быть рискованными при отсутствии понимания целей использования ИИ, но необходимо отметить, что при правильном подходе инвестиции оправдают себя.

Имеются системы ИИ, которые самостоятельно пишут журналистские тексты («Wordsmith», «News Tracer», «Rosie»). Насколько быстро новые технологии заменят действующих журналистов, и заменят ли вообще, во много зависит от жанра, в котором работает СМИ. К примеру, в спортивной журналистике, компьютерная программа способна полностью заменить живого репортера на матче по футболу и с наибольшей вероятностью предсказать исход матча. Если же говорить о таких жанрах журналистики, как интервью и расследование, здесь компьютер не способен заменить человека.

Редакции по всему миру давно используют ИИ для генерации текстов в области спорта, погоды и финансов. Именно эти темы можно эффективно преподносить медиапотребителям без творческого подхода, на основе изученных данных и алгоритмов.

Зарубежные исследователи работают над созданием различных видов ИИ с лингвистическими возможностями. ИИ должен иметь определенное представление о содержании и уметь создавать готовые статьи из текстов информационного агентства. Для этого необходимо сократить исходный материал до определенных размеров и адаптировать его к желаемому языковому стилю. Выбор изображений и создание заголовков также может выполняться с помощью передовых систем.

Следовательно, в перспективе основные решения в написании статей все чаще будут делегироваться машинам, которые способны на обучение. Для этого хватит лишь одного указа целевого значения для оптимизации, тогда ИИ сможет принимать более лучшие решения, чем человек. Когда дело доходит до автоматического принятия решений, в игру вступает технология искусственных нейронных сетей. Они имитируют мыслительные операции, и таким образом могут справляться с задачами, для решения которых необходим интеллект.

Подчеркнем, что искусственные нейронные сети обучаются, они способны к ассоциациям и могут распознавать закономерности: например, лица, животных или просто корреляции в цифровых данных всех видов. Не вдаваясь в технические детали, можно представить себе способ их работы следующим образом: они созданы с большим количеством данных, для распознавания тонких связей, содержащихся в них.

На этапе применения сеть может интерпретировать новые данные и делать выводы на основе усвоенных знаний. Как показывает пример бота от Microsoft: за очень короткое время эта адаптивная система стала расистской. Это приводит нас к необходимости решения довольно сложного вопроса, который важен для понимания будущего журналистики: действительно ли ИИ займет господствующие позиции?

Приводя в примеры последние новинки, многие журналисты и эксперты действительно обеспокоены последствиями, которые может иметь использование аналогичного инструмента в публикациях, и какое влияние ИИ может иметь на информационный мир.

Чтобы найти нужные ответы, сначала следует понять текущее состояние журналистики и восприятие читателей, студентов факультетов журналистики, а также авторов блогов и редакций. Самые основные причины – это проблема политической ориентации и объективности предлагаемого материала.

Преимущественно главной задачей авторов, которые пишут материалы на политическую тематику, является сбор и анализ информации для подготовки статей, отчетов, публикаций и т.п., осведомление общественности о политической ситуации на местном, государственном и международном уровнях, что в дальнейшем должно сформировать определенное мнение у читателя.

Сравнивая контент, созданный ИИ и журналистом, основной проблемой может стать отсутствие объективности и приданье материала крайне положительной или отрицательной окраски. Трудность заключается в детальном сборе и выборе информации, предоставлении достоверных фактов и независимых мнений.

В погоне за объективностью можно забыть о первоначальной задаче любого материала – поиске правды. В этом случае, позиция автора касательно политического материала должна оставаться относительно нейтральной и не передавать собственные чувства, предубеждения, избегая субъективного мнения.

Одной из ошибок, которую может совершить автор, является частое использование прилагательных, которые легко могут передать истинные эмоции. В большинстве случаев политический материал задействует две стороны вопроса, которым должно быть уделено равное количество внимания, также автор должен показать нейтральные точки зрения для более комплексного освещения вопроса.

В книге «Elements of Journalism» раскрывается концепция объективности. Здесь описывается пример, как психолог по развитию У. Деймон из Стэнфорда определил различные «стратегии», разработанные журналистами для проверки объективности. У. Деймон спросил своих собеседников, откуда они берут те или иные понятия и убеждения. В подавляющем большинстве ответ был: методом проб и ошибок, самостоятельно, друг от друга (Ковач, 2001). Насколько другие читатели могут полностью доверять позиции автора по отношению к теме и существует ли сама объективность и кто способен ее оценить? По мнению большинства современных журналистов, нейтральный стиль написания статей даже не является основным принципом масс-медиа. Можно прийти к выводу, что на основе всех данных и с максимально нейтральной точкой зрения, ИИ способен к написанию объективных статей в политической сфере, не затрагивая предубеждения каких-либо сторон.

Технология ИИ лежит в основе «Siri» от «Apple» и «Alexa» от «Amazon», а также чат-

ботов, которые все чаще берут на себя функции обслуживания клиентов. Только здесь их основная задача – писать новости на основе поступающих данных. Проект РА известен как «RADAR» (Reporters and Data and Robots). Основан на наборах открытых данных от правительства, местных властей и государственных служб. Главный редактор «Urbs Media» говорит о том, что люди все еще играют главенствующую роль и сами решают, какие наборы данных будут анализироваться для новостных статей (Роджерс, 2019).

В 2015 году в BBC была опубликована статья о том, что с развитием роботизации и ИИ, профессия журналиста может и вовсе исчезнуть, однако издание утверждает, что не было категорично в своих доводах. По словам научного сотрудника компании «Narrative Science» Кристофера Хаммонда: «90% новостей будут написаны машинами, но это не означает, что журналисты потеряют свои места, они, наоборот, смогут расширить охват. Новостной мир будет расширяться, и журналистам не придется генерировать истории из данных, эти задачи будут выполнять машины» (Уэйфилд, 2015).

Журналистика непосредственно связана с социальными сетями, которые также активно используют ИИ на своих платформах. К примеру, Facebook использует ИИ, начиная от представления контента до распознавания лица на фотографиях и таргетинга для пользователей с помощью рекламы. Instagram (который принадлежит Facebook) использует технологию для идентификации визуальных элементов. LinkedIn использует ИИ, чтобы предлагать рекомендации по работе и людей, с которыми можно связаться, размещая определенные сообщения в ленте. Snapchat использует возможности искусственного интеллекта для наложения фильтров, которые перемещаются вместе с вашим лицом в режиме реального времени.

Всего несколько примеров, показывают, как ИИ регулирует создаваемый журналистами контент и напрямую влияет на выбор аудитории в пользу тех или иных новостных сообществ в социальных сетях. Также с помощью ИИ, новостные компании могут существенно увеличить доходы и сократить расходы, используя новые технологии для повышения эффективности контента. Вопрос остается только в том, насколько традиционная журналистика готова принять неизбежное внедрение инновационных разработок в свою профессиональную деятельность.

На основе таксономии 191 кейса, Tractica поделила рынок ИИ на 27 секторов, в которые так-

же входят социальные сети и журналистика, по данным ресурса, к 2025 году рост доходов ИИ до-

стигнет \$38,8 миллиардов, когда в 2016 году эта сумма составляла \$643,7 миллионов. См. рис. 1.

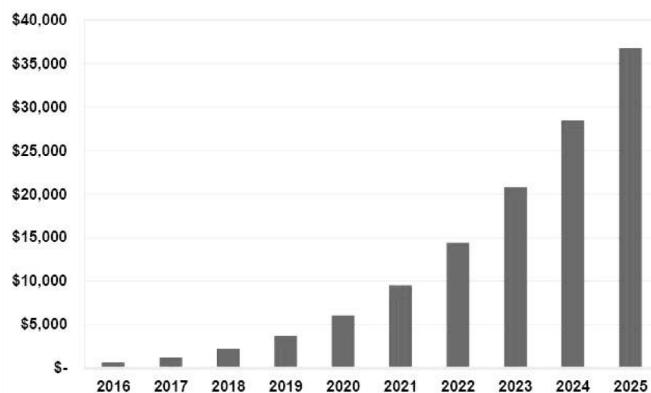


Рисунок 1 – Доходы рынка ИИ 2016-2025 (Tractica)

Анализируя масштабные цифры, можем прийти к выводу, что журналистике не остается никакого выбора, как последовать за искусственным интеллектом. В этом случае можно привести слова профессора журналистики Колумбийского университета в Нью-Йорке: «Будущее журналистики – и ее выживание – может быть за искусственным интеллектом (ИИ)» (Маркони, 2020). Маркони был главой медиалаборатории в «Wall Street Journal» и «Associated Press», одной из круп-

нейших новостных организаций в мире. Его тезис неопровергим: мир журналистики не успевает за развитием новых технологий – сфере новостей необходимо воспользоваться тем, что предлагает ИИ и сформировать новую бизнес-модель.

Сфера ИИ становится все актуальнее для журналистики с финансовой точки зрения. Как показывают данные прибыльность искусственного интеллекта значительно превосходит средний уровень прибыльности рынка. См. рис. 2.

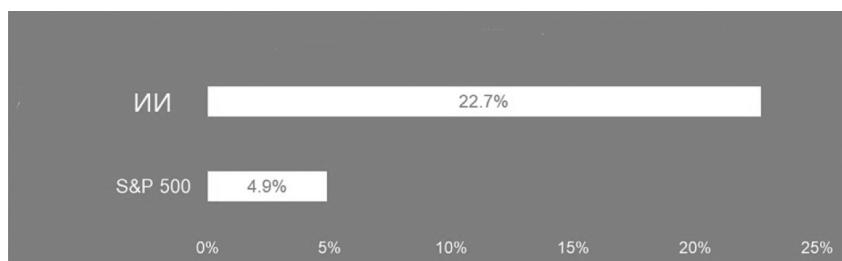


Рисунок 2 – Использование искусственного интеллекта для долгосрочного инвестирования (Springer)

По оценкам сайта AL Multiple, основными трендами ИИ в 2021 году в журналистике станут:

- Автоматизация повторяющихся задач: данная технология может автоматизировать простые, но трудоемкие задачи, такие как отправка электронных писем, получение материалов, публикация историй.

- Таргетированная реклама: инструменты ИИ могут помочь рекламодателям новостных платформ охватить целевую аудиторию гипер-

целевой рекламой. Это помогает новостным платформам улучшить монетизацию своего веб-трафика.

- Интерактивный персонализированный контент: такие компании, как Opinagru, запускают опросы на основе данных, чтобы повысить вовлеченность пользователей.

Что касается казахстанских медиа, влиятельные издания и известные эксперты также высказывают свое мнение касательно использования ИИ в современной журналистике.

Известный журналист и медиаэксперт А. Джалилов: «Мы недооцениваем некоторые мировые тренды, такие как развитие нейронных сетей и искусственного интеллекта, которые могут очень сильно повлиять на информационную сферу. Я думаю, во многом повестку в информационной среде и в журналистике будет формировать именно искусственный интеллект, умеющий обрабатывать большие объёмы данных, появятся технологии, которые сейчас просто немыслимы» (Джалилов, 2020). Такая оценка А. Джалилова говорит о том, что мы не воспринимаем масштабы использования ИИ в полной мере. Система ИИ может оценивать качество своей работы, а также учитывать такие параметры, как день недели, время суток или конкуренцию с другими конкретными темами для десятков тысяч публикаций.

В 2018 году в Алматы на прошедшем образовательном MediaHub заявили о том, что профессию журналиста ждет скорая смерть и ИИ полностью изменит наше будущее в ближайшие пару тройку лет. По словам диджитал директора «BTS Digital»: «Журналистики в том виде, какая она сейчас, в перспективе ближайших 10 лет, к сожалению, не останется. Многие хорошие люди, которые посвятили себя журналистике, возможно, не найдут себе места в этом дивном новом мире» (Волков, 2018).

Около 10 лет назад мы и представить не могли как социальные сети изменят наш взгляд на сегодняшние медиа и как дезинформация станет опаснее любого вируса, тоже самое происходит и с искусственным интеллектом, где мы не можем представить себе, к чему это приведет нашу информационную среду, и кто будет задавать новые тренды в ближайшем будущем. Здесь уместно будет привести слова президента РК К.К. Токаева, который в декабре 2020 года выступал на онлайн-конференции «Artificial Intelligence Journey», посвящённой вопросам искусственного интеллекта и анализу данных. Президент выдвинул предложение для мировых лидеров не использовать новые технологии во вред человеку, он также отметил, что все уже давно используют ИИ и нейронные сети в таких сферах как экономика, медицина и политика. По его мнению, новые технологии – это один из основных приоритетов развития, однако ИИ не сможет заменить главу государства и действующие лица при власти, так как эта структура должна обладать развитой эмпатией, пониманием человеческих законов и морали, ведь мыслительные направления ИИ должны развиваться исключительно в конструктивном ключе.

Тоже самое и касается журналистики, где до сегодняшнего времени машина не может передать той смысловой нагрузки, которая требуется для авторских статей.

Не стоит забывать, что журналистика всегда зависела от технологий, будь то печатные станки, телестудии или системы вещания. Однако в эпоху интернета важность технологий снова возросла. ИИ ускоряет эту тенденцию. Решения, которые до сих пор принимают опытные сотрудники, можно делегировать машинам, способным к обучению. Где потребуется меньше сотрудников – от корректуры до редактирования и управления. В будущем слово «контент», возможно, будет произноситься чаще, чем статья.

Существенно то, что благодаря ИИ, доступ к большему количеству потенциальных пользователей позволяет создавать новые форматы и услуги в журналистике. Все те данные, которые находятся в архивах медиа, можно заново использовать с помощью ИИ, что способствует развитию качества и предоставляет аудитории обратную связь. Даже в этом случае следует учитывать риски. Если каждый пользователь начнет потреблять только тот контент, который персонализирован в соответствии с его личными интересами, общество может потерять общие базовые знания, и это имеет серьезные последствия для политico-общественной деятельности. Когда ИИ дойдет до этого этапа, будет необходим диалог между обществом, СМИ и политиками, чтобы противодействовать всевозможным нежелательным событиям.

Особо стоит выделить, что на данный момент у некоторых мировых СМИ есть уже существующая стратегия, которой они придерживаются, а именно концепция клуба. Участники средств массовой информации обязаны встречаться в реальности, чтобы общаться друг с другом живую, а также с политиками, учеными и руководителями бизнеса.

Во многих исследованиях было выявлено, что читатели не могут отличать тексты, написанные людьми и ИИ, не видя в них особой разницы. Некоторые журналисты видят плюсы в таком технологическом прыжке, ведь это экономит время, освобождает от лишней и монотонной работы, такой как проверка грамматических и орфографических ошибок, и дает им возможность посвящать себя другой деятельности.

В общей сложности на журналистику возлагается центральная задача, поскольку она предоставляет информацию о текущих проблемах, а также критически их обсуждает. СМИ должны соответ-

ствовать различным критериям качества, таким как освещение разнообразных тем и мнений.

Важно отметить, что журналистика также должна быть независимой, объективной и достоверной. Скорее всего, большинство ожидает, что использование ИИ позволит СМИ лучше выполнять функцию контроля и не допускать мелких ошибок, которые так бросаются в глаза читателям и подрывают репутацию не только отдельного журналиста, но и всей редакции.

Системы искусственного интеллекта обещают упростить журналистику, поскольку различные действия будут выполняться автоматически. Однако, аудитория оценивает использование ИИ довольно скептически. Опрошенное население Германии считает, что системы ИИ более компетентны, чем люди в различных рутинных делах, но влияние ИИ на журналистику оценивается негативно.

Судя по оценке качества журналистики, от ИИ вряд ли можно ожидать каких-либо улучшений – скорее, можно предположить, что общественность потребует критического осмысления новостной статьи.

В связи с такой динамикой роста и развития ИИ технологий мы можем предположить, что в некоторой степени сфера журналистики как таковая может идеализироваться, если 80% составляют рядовые статьи без особой смысловой нагрузки, с которыми так быстро справляются новые технологии.

## Заключение и выводы

Если кратко подвести тоги, можно выделить несколько ключевых событий.

1. Информационный казахстанский портал «Toppress» пишет о том, как ИИ Sophie впервые становится призёром в Online Journalism Awards и получает премию за лучшие инновации в журналистике, до этого международную премию в области журналистики завоевывали только люди (Алиева, 2020). Премия Online Journalism Awards была основана в 2000 году, она присуждается за достижения в сфере цифровой журналистики. В редакции «The Globe and Mail», ИИ «Sophie» отвечает за 99% всего контента и без чьего-либо вмешательства решает, к какому разделу отнести материал, определяет количество контента, а также генерирует публикации.

2. Сайт «Курсив» подсчитал, что к 2030 в стране должно появиться 5–10 тыс. аналитиков

данных, 20–25 тыс. разработчиков систем данных, 2–5 тыс. data-сайентистов (исследователи данных). По мнению авторов, сфера ИТ- и ИИ-технологий будет востребована как никогда и государству следует обратить свое внимание на ее дальнейшее развитие. Будущее уже наступило, и население Казахстана формирует новые привычки с использованием инновационных технологий и приложений.

3. Британское информационное агентство «Press Association» уверено в том, что ИИ способно заполнить пробел в журналистике, который оставили многочисленные репортеры и местные газеты. Агентство заключило партнерство со специалистами по автоматизации новостей «Urbs Media» и получило грант от компании Google в размере 706 000 евро для создания 30 000 новостных репортажей в месяц.

Однако, ИИ не должен быстро внедряться в редакции и новостные агентства без критического анализа или даже по неосторожности, только потому что у человечества появились такие технические возможности.

Что касается общественного мнения, использование ИИ в журналистике оценивается критически, в большей степени такие внедрения приветствует молодое поколение. Люди с более консервативным складом ума выступают за жесткое регулирование ИИ в журналистике. Несмотря на критическую оценку использования, многие ожидают, что ИИ сможет выполнять некоторые журналистские задачи лучше, чем люди. Поэтому редакции и новостные агентства должны использовать технологии ИИ, но только прозрачным образом.

Из этого следует сделать вывод, что даже если использование ИИ сможет облегчить журналистскую деятельность, и вся эта идея кажется привлекательной с финансовой точки зрения, журналистика подвержена риску потерять свой статус в глазах общественности. Поэтому, даже до внедрения каких-либо технологий, журналисты должны трезво оценивать тот формат и контент, который они предлагают миру, невзирая на оценку со стороны, придерживаясь этических норм в своей профессиональной деятельности.

Все вышеизложенное сводится к тому, что повышение качества журналистики должно оставаться приоритетом, особенно в трансформационный период.

### Литература

- Аверкин А. Н., Гаазе-Рапорт М. Г., Поступов Д. А. Толковый словарь по искусственному интеллекту. – М.: Радио и связь, 1992. – 256 с.
- Алиева А. Искусственный интеллект впервые стал призером международной премии в области журналистики. 2020. Электронный ресурс <https://toppress.kz/article/iskusstvennii-intellekt-vpervie-stal-prizerom-mezhdunarodnoi-premii-v-oblasti-zhurnalistiki> (дата обращения: 2.02.2021).
- Артемьев Д. 11 свидетельств того, что искусственный интеллект – будущее торговли криптовалютами. 2018. Электронный ресурс: <https://coinspot.io/fintech/11-svidetelstv-togo-chto-iskusstvennyj-intellekt-budushhee-torgovli-criptovalyutami/> (дата обращения: 2.02.2021).
- Дегтярев Е. Искусственный интеллект (мировой рынок). 2021. Электронный ресурс: [https://www.tadviser.ru/index.php/Statya:Iskusstvennyj\\_intellekt\\_\(mировой\\_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Statya:Iskusstvennyj_intellekt_(mировой_рынок)) (дата обращения: 2.02.2021).
- Джалилов А. Госинформзаказ «пудрит людям мозги» и «демотивирует СМИ». 2020. Электронный ресурс: <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-dialogi-adil-dzhalilov-interview-journalism/30763292.html> (дата обращения: 4.02.2021).
- Кантарси А. Top 17 AI Trends/Applications in Media& Entertainment. 2021. Электронный ресурс: <https://research.aimultiple.com/ai-media/> (дата обращения: 4.02.2021).
- Kaput M. What Is Artificial Intelligence for social media? 2021. Электронный ресурс: <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media> (дата обращения: 2.02.2021).
- Kovach B., Rosenstiel T. The elements of journalism. – New York, 2007, p.196-200.
- McKinsey & Company в Казахстане. Что даст искусственный интеллект Казахстану? 2019. Электронный ресурс: <https://kursiv.kz/news/hi-tech/2019-06/chto-dast-iskusstvennyy-intellekt-kazakhstanu> (дата обращения: 7.02.2021).
- Маккарти Д. Искусственный интеллект. 1956. Электронный ресурс: <https://indicator.ru/label/iskusstvennyj-intellekt> (дата обращения: 5.02.2021).
- Marconi F. They don't complain: how robots fire journalists. 2021. Электронный ресурс: [https://www.gazeta.ru/tech/2019/02/06/12167617/robots\\_smi.shtml](https://www.gazeta.ru/tech/2019/02/06/12167617/robots_smi.shtml) (дата обращения: 2.02.2021).
- Marr B. Another example of how Artificial Intelligence will transform news and journalism. 2020. Электронный ресурс: <https://bernardmarr.com/default.asp?contentID=1161> (дата обращения: 2.02.2021).
- Mols B. AI in journalism: with power come responsibilities. 2020. Электронный ресурс: <https://www.euroscientist.com/ai-in-journalism/> (дата обращения: 3.02.2021).
- Mope C. Машинный перевод: от холодной войны до глубокого обучения. 2018. Электронный ресурс: <https://vc.ru/future/32616-mashinnyy-perevod-ot-holodnoy-voyny-do-glubokogo-obucheniya> (дата обращения: 5.02.2021).
- Peiser J. The rise of the robot reporter. 2019 // The New York Times. Электронный ресурс: <https://www.nytimes.com/2019/02/05/business/media/artificial-intelligence-journalism-robots.html> (дата обращения: 2.02.2021).
- Рахметуллаев М.А., Алтынбекова Л.Б. Искусственные нейронные сети в военной сфере. 2020. Электронный ресурс: <https://moluch.ru/archive/309/69627/> (дата обращения: 9.02.2021).
- Роджерс Г. News Automation: Бархатная роботизация. 2019. Электронный ресурс: <https://gipp.ru/overview/obzory-sobyty-v-media-srede/doklad-wan-ifra-news-automation-barkhatnaya-robotizatsiya/> (дата обращения: 12.02.2021).
- Сейдахметова Б. Искусственный интеллект вместо свободы слова. 2018. Электронный ресурс: <http://www.exclusive.kz/expertiza/smart/115250/> (дата обращения: 8.02.2021).
- White P. How artificial intelligence can save journalism? //The Conversation. 2020. Электронный ресурс: <https://theconversation.com/how-artificial-intelligence-can-save-journalism-137544#:~:text=AI%20robots%20analyzing%20large%20databases,transcribing%20audio%20and%20video%20interviews> (дата обращения: 3.02.2021).
- Wakefield D. Intelligent Machines: The jobs robots will steal first. 2015. Электронный ресурс: <https://www.bbc.com/news/technology-33327659> (дата обращения: 9.02.2021).
- Черноусов И. Сможет ли искусственный интеллект заменить человека в журналистике// Российская газета, 2020. Электронный ресурс: <https://rg.ru/2020/06/28/smozhet-li-iskusstvennyj-intellekt-zamenit-cheloveka-v-zhurnalistiche.html> (дата обращения: 2.02.2021).

### References

- Averkin A. N., Gaaze-Rapoport M. G., Pospelov D. A. (1992) Tolkovyj slovar' po iskusstvennomu intellektu. — M.: Radio i svjaz', 256 s.
- Alieva A. (2020). Iskusstvennyj intellekt vperye stal prizerom mezhdunarodnoj premii v oblasti zhurnalistiki. Jelektronnyj resurs <https://toppress.kz/article/iskusstvennii-intellekt-vpervie-stal-prizerom-mezhdunarodnoi-premii-v-oblasti-zhurnalistiki> (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Artem'ev D. (2018). 11 svidetel'stv togo, chto iskusstvennyj intellekt – budushhee torgovli kriptovaljutami. Jelektronnyj resurs: [https://coinspot.io/fintech/11-svidetelstv-togo-chто-iskusstvennyj-intellekt-budushhee-torgovli-criptovalyutami/](https://coinspot.io/fintech/11-svidetelstv-togo-chto-iskusstvennyj-intellekt-budushhee-torgovli-criptovalyutami/) (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Chernousov I. (2020). Smozhet li iskusstvennyj intellekt zamenit' cheloveka v zhurnalistiche// Rossijskaja gazeta. Jelektronnyj resurs: <https://rg.ru/2020/06/28/smozhet-li-iskusstvennyj-intellekt-zamenit-cheloveka-v-zhurnalistiche.html> (data obrashhenija: 2.02.21).

- Degtjarev E. (2021). Iskusstvennyj intellekt (mirovoj rynok). Jelektronnyj resurs: [\(data obrashhenija: 2.02.2021\).](https://www.tadviser.ru/index.php/Stat'ja:Iskusstvennyj_intellekt_(mirovoj_rynok))
- Dzhalilov A. (2020). Gosinformzakaz «pudrit ljudjam mozgi» i «demotiviruet SMI». Jelektronnyj resurs: [\(data obrashhenija: 4.02.2021\).](https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-dialogi-adil-dzhalilov-interview-journalism/30763292.html)
- Kantarsi A. (2021). Top 17 AI Trends/Applications in Media& Entertainment. Jelektronnyj resurs: <https://research.aimultiple.com/ai-media/> (data obrashhenija: 4.02.2021).
- Kaput M. (2021). What Is Artificial Intelligence for social media? Jelektronnyj resurs: <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media> (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Kovach B., Rosenstiel T. (2007). The elements of journalism. – New York, p.196-200.
- McKinsey & Company v Kazahstane. (2019). Chto dast iskusstvennyj intellekt Kazahstanu? Jelektronnyj resurs: <https://kursiv.kz/news/hi-tech/2019-06/chto-dast-iskusstvennyy-intellekt-kazakhstanu> (data obrashhenija: 7.02.2021).
- Makkarti D. (1956). Iskusstvennyj intellekt. Jelektronnyj resurs: <https://indicator.ru/label/iskusstvennyj-intellekt> (data obrashhenija: 5.02.2021).
- Marconi F. (2021). They don't complain: how robots fire journalists. Jelektronnyj resurs: [https://www.gazeta.ru/tech/2019/02/06/12167617/robots\\_smi.shtml](https://www.gazeta.ru/tech/2019/02/06/12167617/robots_smi.shtml) (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Marr B. (2020). Another example of how Artificial Intelligence will transform news and journalism. Jelektronnyj resurs: <https://bernardmarr.com/default.asp?contentID=1161> (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Mols B. (2020). AI in journalism: with power come responsibilities. Jelektronnyj resurs: <https://www.euroscientist.com/ai-in-journalism/> (data obrashhenija: 3.02.2021).
- More S. (2018). Mashinnyj perevod: ot holodnoj vojny do glubokogo obuchenija. Jelektronnyj resurs: <https://vc.ru/future/32616-mashinnyj-perevod-ot-holodnoy-voyny-do-glubokogo-obucheniya> (data obrashhenija: 5.02.2021).
- Peiser J. (2019). The rise of the robot reporter. //The New York Times. Jelektronnyj resurs: <https://www.nytimes.com/2019/02/05/business/media/artificial-intelligence-journalism-robots.html> (data obrashhenija: 2.02.2021).
- Rahmetullaev M.A., Altynbekova L.B. (2020). Iskusstvennye nejronnye seti v voennoj sfere. Jelektronnyj resurs: <https://molu.ch.ru/archive/309/69627/> (data obrashhenija: 9.02.2021).
- Rodzher G. (2019). News Automation: Barhatnaja robotizacija. Jelektronnyj resurs: <https://gipp.ru/overview/obzory-sobytiy-v-media-srede/doklad-wan-ifra-news-automation-barkhatnaya-robotizatsiya/> (data obrashhenija: 12.02.2021).
- Sejdahmetova B. (2018). Iskusstvennyj intellekt vmesto svobody slova. Jelektronnyj resurs: <http://www.exclusive.kz/expertiza/smart/115250/> (data obrashhenija: 8.02.2021).
- White P. (2020). How artificial intelligence can save journalism? //The Conversation. Jelektronnyj resurs: <https://theconversation.com/how-artificial-intelligence-can-save-journalism-137544#:~:text=AI%20robots%20analyzing%20large%20databases,transcribing%20audio%20and%20video%20interviews> (data obrashhenija: 3.02.2021).
- Wakefield D. (2015). Intelligent Machines: The jobs robots will steal first. Jelektronnyj resurs: <https://www.bbc.com/news/technology-33327659> (data obrashhenija: 9.02.2021).

## МАЗМҰНЫ – CONTENTS – СОДЕРЖАНИЕ

### 1-бөлім

Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, зан, экономика

### Section 1

Journalism: society, language, history, policy, law, economy

### Раздел 1

Журналистика: общество, язык, история, политика, закон, экономика

*Нұрумов Б.А., Беркенова Г.Е., Фридман Э.М., Ибраевә Г.Ж.*  
Пандемияның қаупі туралы халықтың ақпараттандыру. Қазақстандағы БАҚ COVID-19 туралы  
ақпараттың қалай таратты? ..... 4

*Kozhamkulova Sh.B.*

Digital News Audience Engagement and Web Metrics: Exploring Major Research Trends ..... 18

*Ibaa Awad*

The practice of the media in the light of the media legislation in Sudan ..... 26

*Майкотова F.T., Қамидолла А., Жәнібек Т., Мухатаева К., Есхуатова Н.Б.*

Халықаралық ақпараттың кеңістіктегі қазақ тіліндегі радиохабарларды таратудың тарихи-даму  
кезеңдері ..... 36

*Сулейменова А.Э., Ишанова А.К.*

Потенциал диахронной коммуникации новостного вещания на примере онлайн-канала TengriTV ..... 49

### 2-бөлім

Ақпарат әлемі

### Section 2

World of information

### Раздел 2

Мир информации

*Akhmetova L.S.*

Information resources for the reconstruction of the collective portrait of the headquarters of the 316th rifle  
division in 1941 ..... 58

*Ким Г.Н.*

Пандемия как катализатор консолидации онлайновых СМИ и социальных сетей  
корейских диаспор СНГ ..... 69

*Ashenova S.V., Velitchenko S.N.*

The problem of environmental discourse in the works of Chingiz Aitmatov ..... 79

*Абдуллина Л.И., Бекбосынова Г.А.*

Приемы и технологии подготовки журналистских кадров ..... 86

*Аяпова С.М.*

Зарубежные и казахстанские медиа об использовании искусственного интеллекта  
в журналистике ..... 95