

## PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

*Сборник научных трудов*

Выпуск 14

Составитель и главный редактор  
Л.С. Ахметова

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

*Ғылыми еңбектер жинағы*

14-шығарылым

Құрастырушы және бас редакторы  
Л.С. Ахметова

УДК 070.378

P 90

*Свидетельство о государственной регистрации прав  
на объект авторского права № 133 от 18 февраля 2013 г.  
«Қазақстандағы PR және БАҚ. Ғылыми еңбектер жинағы» -  
«PR и СМИ в Казахстане. Сборник научных трудов» на Ахметову Л.С.*

**Составитель и главный редактор**

д.и.н., профессор **Л.С. Ахметова**

**Редакционная коллегия:**

**Акингер Ш.** – профессор, доктор PhD, снс, Кембридж, Великобритания

**Адилова Л.Ф.** – д.п.н., профессор, Москва, РФ

**Brussig В.** – член немецкой ассоциации журналистов, Berlin, ФРГ

**Дзялошинский И.М.** – д.ф.н., профессор, Москва, РФ

**Корконосенко С.Г.** – д.ф.н., профессор, Санкт-Петербург, РФ

**Медеубек С.М.** – к.ф.н., доцент, Алматы, Казахстан

**Моулд Д.** – профессор, Огайо, США

**Окай А.** – профессор, Стамбул, Турция

**Петренко В.М.** – к. и. н., Президент Ассоциации СМИ Украины

**Ружин В.Д.** – к.ф.н., Президент ЕАТР, Москва, РФ

**Сулайманова Р. Т.** – к.п.н., доцент, Бишкек, Кыргызстан

P 90 **PR и СМИ в Казахстане: сборник научных трудов.** – Қазақстандағы PR және БАҚ: ғылыми еңбектер жинағы / сост. и гл. ред. Л.С. Ахметова. – Вып. 14. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 300 с.

**ISBN 978-601-04-3212-3**

Сборник научных трудов посвящен юбилею ЮНЕСКО в Казахстане, содержит материалы, посвященные ЮНЕСКО и Целям устойчивого развития, новым вызовам времени в PR и СМИ, проблемам и перспективам гуманитарных наук. Сборник предназначен для журналистов, работников пресс-служб, студентов и магистрантов специальностей «Журналистика», «Связь с общественностью», «Издательское дело», других гуманитарных дисциплин, ученых-исследователей. В 14 сборнике статьи из Казахстана, Кыргызстана, России, Украины и Швейцарии.

**УДК 070.378**

ISBN 978-601-04-3212-3

© Ахметова Л.С., 2018  
© КазНУ им. аль-Фараби, 2018

# Глава I. ПРОДВИЖЕНИЕ ЮНЕСКО И ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В PR И СМИ

Карпов С.

## Возможности, предоставляемые платформой «Онлайн волонтерство ООН» для студентов

Программа коммуникация и информация Кластерного Бюро ЮНЕСКО в Алматы начала сотрудничество с платформой Он-лайн волонтерство ООН [1] в конце 2017 года.

Задание волонтерам включало перевод на русский язык книги: *Обучение журналистике в целях устойчивого развития: новые учебные программы* [2]. Важность этой публикации неоднократно подтверждалась запросами и комментариями со стороны профессионального и академического медийных сообществ на странице Бюро в социальной сети [3]. По сути эта новая публикация определяет возможную траекторию обучения будущих журналистов до 2030 года и позволяет определить вклад СМИ и коммуникаций в достижение Целей Устойчивого Развития (ЦУР).

Бюро ЮНЕСКО впервые обратилось к системе онлайн волонтерства и признает эффективность этой системы. В этом конкретном случае ЮНЕСКО выступило в качестве одного из агентств системы ООН предоставляющего возможность непосредственного сотрудничества с организацией используя посредничество Волонтеров ООН как организации, из так называемой «семьи ООН».

Что это дает волонтерам? Какие возможности появляются у студентов, сознательно вступивших в ряды онлайн волонтерства? Что это дает ВУЗам и преподавателям? Попробуем ответить на эти вопросы.

На различных круглых столах и конференциях за последние 15 лет неоднократно звучали темы практики для студентов жур-

налистов, международных, политологов и юристов, а так-же и участия ВУЗов в совместных проектах системы ООН.

На мой взгляд, платформа Волонтеры ООН решает все эти проблемы. Во-первых, она создает эффективную конкурентную среду, где талантливые студенты могут проявлять себя начиная с первых курсов, шаг-за-шагом, проект за проектом накапливая свои портфолио, а преподаватели проводить мониторинг успехов. Эти портфолио становятся весомыми аргументами для работодателя, поскольку документально демонстрируют про-активную позицию студента и учреждения образования, показывая интеллектуальный вклад студентов в публикациях системы ООН и общих результатах проектов с конкретным вкладом в достижении целей устойчивого развития.

Студенты переводчики и журналисты могут участвовать в переводах и исследованиях, используя свои компьютеры, планшеты или мобильные телефоны в любой точке. Онлайн волонтерство развивает практические навыки работы, определяет новую роль, которую не обязательно обеспечивает обычная профессиональная деятельность.

Наиболее важной особенностью этой площадки является дистанционный интерактивный характер работы, объединяющий практические задачи с предоставлением возможностей будущим специалистам поучаствовать в задачах реального мира, понять и развить наиболее востребованные навыки.

ЮНЕСКО или любая другая организация из сферы мира и развития выступает работодателем. Публикуя возможности [4], она берет на себя обязательство предоставить документальное подтверждение признательности за качественно выполненную работу.

Имя волонтера и название платформы будут фигурировать на «правовой странице» публикации, или выражены сертификатом онлайн волонтеров.

Очень важно чтобы студенты продуманно подходили к своим резюме, соблюдали формы загружаемых файлов и отличались не только высокой реакцией на возможности, но и детальным взаимодействием с учреждением работодателем. Эти простые советы могут сыграть решающую роль в отборе кандидатов.

В настоящий момент ЮНЕСКО в Алматы с помощью платформы *Онлайн волонтерства* делает адаптацию русской версии *Обучение журналистике в целях устойчивого развития* добавляя обзор литературы на русском языке в каждый из 10 силлабусов книги. Работа делает вклад в ЦУР 16, задачу 10.

Кафедры ЮНЕСКО и партнерские ВУЗы также могут зарегистрироваться на платформе и использовать ее потенциал для исследовательских нужд, принимая обязательство фиксации собственного вклада, и роли волонтеров в достижение целей устойчивого развития.

### Литература

1. <https://www.onlinevolunteering.org> – официальная платформа посредник между учреждениями системы ООН, правительственными и неправительственными организациями, работающими в области мира и развития.
2. <http://ru.unesco.kz/teaching-journalism-for-sustainable-development-new-syllabi> Обучение журналистике в целях устойчивого развития: новые учебные программы
3. [www.facebook.com/unesata](http://www.facebook.com/unesata) – Официальная страница Бюро ЮНЕСКО в Алматы
4. <https://www.onlinevolunteering.org/en/opportunities> – см пример возможностей.

**Карпов С.**

#### **Возможности, предоставляемые платформой «Онлайн волонтерство ООН» для студентов**

**Аннотация.** Автор анализирует возможности портала добровольцев ООН для студентов, академических учреждений, журналистов, переводчиков, международных и юридических университетов в качестве вклада в достижение целей устойчивого развития.

**Карпов S.**

#### **The opportunities provided by UN Online Volunteers portal for students**

**Abstract.** Author analyses features provided by UN Volunteers portal to students, academic institutions, journalism, translation, international and legal university chairs in contribution to the Sustainable Development Goals.

**Карпов С.**

#### **Оқушыларға арналған «БҰҰ Еріктілер» платформасының мүмкіндіктері**

**Аңдатпа.** Автор БҰҰ Еріктілер порталының студенттерге, академиялық институттарға, журналистика, аударма, халықаралық және құқықтық университеттердің кафедраларына орнықты даму мақсаттарына қосқан үлесін талдау мүмкіндігін береді.

УДК 070(091); 316.77(091)  
ВАК 10.01.10; 07.00.10

Ахметова Л.С.

**Ежегодная международная информационная кампания  
«Детство без жестокости и насилия»  
1 по 19 ноября в Казахстане**

19 ноября отмечено Всемирным днем по предотвращению насилия в отношении детей с 2000 года – по инициативе Фонда «Всемирный женский саммит» (Женева, Швейцария). Официальный сайт организации: [www.woman.ch](http://www.woman.ch) [1]. В преддверии этого дня секция Фонда по вопросам защиты детей и молодежи ежегодно проводит 19-дневную кампанию по предотвращению насилия в отношении несовершеннолетних.

Как и в предыдущие годы, организаторами инициативы был составлен список из 19 опасностей, которым подвергаются молодежь и дети. Среди них – насилие и пренебрежение, вовлечение детей в вооруженные конфликты, телесные наказания, эксплуатация детского труда, похищение несовершеннолетних. По данным ООН, ежегодно в мире 150 млн девочек и 73 млн мальчиков подвергаются сексуальному насилию, чаще всего – со стороны ближайшего окружения. Более 150 млн детей каждый год становятся свидетелями домашнего насилия. Более 1 млн детей из года в год являются жертвами торговли [2].

Всемирная организация здравоохранения оценило, что в 2002 году было совершено 53000 преступлений против детей. Согласно исследованию, проведенному Всемирной школой здравоохранения в наиболее развитых странах, 20-65 процентов детей школьного возраста признались, что подвергались физической и словесной агрессии в школах за последние 30 лет. Исследования указывают также на то, что в 21 самой развитой стране 7-36 процентов женщин и 3-39 процентов мужчин признались, что были жертвами сексуального насилия в детские годы. Большинство исследований указывает на то, что девочки подвергаются злоупотреблениям в 1,5-3 раза чаще, чем мальчики. Большинство злоупотреблений происходит в кругу семьи [3].

Объединение юридических лиц «Союз кризисных центров Казахстана» (ОЮЛ СКЦК) были изучены книги и учебные пособия на английском и русском языках, изданные международными организациями, в том числе и «Учебное пособие по борьбе с торговлей детьми в целях трудовой, сексуальной и других форм эксплуатации. Книга 1» [4]. Мы – постоянные посетители сайтов Международной организации труда, Детского фонда, ЮНЕСКО, ООН [5].

В 2015 году в Европе провели день против сексуального насилия по отношению к детям. В этой связи генеральный секретарь Совета Европы Турбьерн Ягланд призвал государства-члены повысить осведомленность граждан относительно жесткого сексуального обращения с детьми и их эксплуатации. Согласно статистике, один из пяти детей в возрасте до 18 лет в Европе является жертвой сексуального насилия. В 70-85% случаев преступником является лицо, знакомое с ребенком и которое входит в так называемый «круг доверия». Тем не менее, большинство детей скрывают свои страдания, потому что боятся об этом говорить: о 90% случаев преступлений не сообщается в полицию [6].

В целях совершенствования национальной модели защиты прав детей 10 февраля 2016 года Указом Президента Республики Казахстан в стране создан институт Уполномоченного по правам ребенка. 26 марта 2016 г. распоряжением Главы государства депутат Мажилиса Парламента Республики Казахстан Загипа Яхьяевна Балиева назначена Уполномоченным по правам ребенка в Республике Казахстан [7].

В Казахстане более 5 млн детей с рождения до 18 лет, из них дошкольного возраста – около 2,5 млн, 2,5 млн школьников, более 300 тыс. учащихся и студенческой молодежи до 18 лет. (Справка: всего в республике по данным на декабрь 2015 года 5 575 754 детей с рождения до 18 лет. Дошкольного возраста – 2 555 921, школьников – 2 799 585 тыс., учащихся и студенческой молодежи до 18 лет – 220 248) [8].

В настоящее время свыше 75 000 казахстанских детей, находящихся в государственных специализированных учреждениях, лишены права воспитываться в атмосфере любящей семьи. Эти дети нуждаются в защите от насилия и требуют внимания и заботы. Кроме того, более 154 000 детей с особыми потребностями в

Казахстане нуждаются в услугах и помощи в рамках специализированных программ в целях их защиты от социальной изоляции в будущем [9].

Насилие не связано ни с какой традицией, ни с моралью, ни с религиозностью, ни с философией или идеологией — это семейно-родовой симптом, следствие дисфункциональной патологической страсти, симптом разрушения семейных отношений. Этот вид насилия на сейчас с психологической точки зрения хорошо изучен. Есть представление о том, каковы его корни — они многообразны: социальные, психологические, семейно-родовые, ситуационные, личностные [10].

Республиканская информационная кампания «Детство без жестокости и насилия» в период с 1 по 19 ноября проводится ежегодно с 2013 г. объединением юридических лиц (ОЮЛ) Союз Кризисных центров Казахстана (СКЦК). Возглавляет Союз Зульфия Байсакова.

#### **История ОЮЛ СКЦК**

Добровольное объединение юридических лиц, зарегистрировано 26 марта 2001 года. Свою деятельность осуществляет с 15 ноября 2000 года.

**Миссия** – содействовать развитию движения по защите прав женщин и детей от насилия и формированию в обществе культуры, основанной на ценностях ненасильственных отношений.

#### **Цели:**

1. Повышение статуса женщины в обществе путем продвижения принципа равных прав и возможностей во всех сферах жизни;
2. Повышение осведомленности общественности о проблеме и всех типах гендерного насилия;
3. Развитие эффективной системы по предупреждению, защите и помощи женщинам, пострадавшим от всех форм насилия;
4. Развитие и поддержка членов Союза.

#### **Целевая группа:**

Некоммерческие организации, занимающиеся решением проблем насилия в отношении женщин и детей.

#### **Задачи:**

1. Предупреждение насилия через изменение общественного сознания по проблеме насилия путем образовательной и информационной работы с населением, государственными структурами (создание законодательного механизма защиты, разработка

образовательных программ, издание книг, пособий и буклетов по проблеме, проведение информационных кампаний, взаимодействие со СМИ).

2. Защита прав и интересов, пострадавших от насилия (лоббирование законов, мониторинг прав женщин и детей по теме насилия, проведение исследований, установление связи и партнерских отношений с государственными структурами, другими НПО и донорами).

3. Усиление потенциала кризисных центров Казахстана (развитие сети кризисных центров, создание единого информационного пространства и обучение персонала центров, представление интересов центров в органах власти, оказание консалтинг услуг, взаимодействие по проведению региональных кампаний, семинаров, проектов).

За время работы осуществлены десятки проектов.

#### **Партнеры:**

Уполномоченный по правам человека в Республике Казахстан, Уполномоченный по правам ребенка в Республике Казахстан, Национальная комиссия по делам семьи и женщин при президенте Республики Казахстан, Министерство информации РК, Министерство внутренних дел РК, Генеральная прокуратура РК, Верховный суд РК, Парламент РК.

С момента создания в состав Союза входили 14 общественных организаций [11].

**В настоящее время (январь 2018 г.) в Союзе состоят 16 организаций:**

1. ОО «Мейірім», г. Актау
2. Кризисный центр «Уміт», г. Актобе
3. ОО «ЕрАзамат», г. Алматы
4. ОБФ «Гин Чэллиндж Казахстан» программа «Убежище», г. Алматы
5. ОО Центр поддержки женских инициатив «Томирис», г. Жезказган
6. ОО «Гендерный информационно-аналитический центр», г. Караганда
7. ОО «Феминистская лига», г. Кокшетау
8. КЦ «Жан»при ОО «Общество женщин –малых предпринимателей», г. Кызылорда

9. Центр поддержки женщин, г. Петропавловск
10. ОФ "Казахстанская Сеть Женщин, живущих с ВИЧ", г. Темиртау
11. ОО «Центр развития и адаптации «Феникс», г. Усть-Каменогорск
12. ОО "Отандастар» Жамбыльская область, г. Сарыкемер
13. Талдыкорганский региональный центр поддержки женщин
14. Кризисный центр «Сенім», г. Уральск
15. ОФ «Ассоциация деловых женщин Южно-Казахстанской области», г. Шымкент
16. ОО Правовой центр женских инициативов «Сана Сезим», г. Шымкент [12]

Ежегодно летом Союзом кризисных центров Казахстана разрабатываются основные документы по проведению Республиканской информационной кампании против без жестокости и насилия в семье в период с 1 по 19 ноября. Эти документы подготавливаются и утверждаются совместно всеми общественными организациями, входящими в СКЦК.

В период с 1 по 19 ноября ежегодно в Казахстане проводятся общереспубликанская кампания «Семья без жестокости и насилия», в которую были вовлекаются все 16 регионов страны. Их цель - привлечение общественного внимания к проблеме жестокого и пренебрежительного обращения с детьми и формирование в обществе убеждения, при которых насилие над ребенком становится неприемлемым, а жизнь и благополучие каждого человеческого существа, независимо от возраста, уровня развития, социального статуса являются высоко ценными.

Для достижения этой цели ставились и решаются следующие задачи:

- Повышение информированности общественности о правах детей, а также о необходимости их охраны;
- вовлечение родителей, государственных и общественных организаций в деятельность по обеспечению охраны и защиты законных интересов детей;
- вовлечение детей и молодежи в процесс разработки и реализации программ и политических мер, ориентированных на них;

– активное партнерское сотрудничество всех организаций и структур: общественных, национальных и международных; государственных и частных; предпринимательских и профсоюзных; правительственных и неправительственных в области защиты прав.

Кампания проходила под девизом «Ты+Я. Вместе мы изменим мир».

В качестве целевой группы кампании привлекаются родители, дети и молодежь, представители государственных структур, правоохранительных органов, НПО, работающие в области защиты прав детей, а также СМИ.

Всегда готовятся и утверждаются План мероприятий по проведению кампании, охватывающий основные сферы жизни несовершеннолетних.

Так, 1 ноября 2017 г. в регионах состоялась пресс-конференция по старту кампании с участием представителей Комитета по охране прав детей МОН РК, МВД РК, ОЮЛ Союза кризисных центров в Казахстане и других НПО.

В рамках кампании были проведены семинары, встречи, конференции, флеш-мобы, праздники выходного дня, рейдовые мероприятия, были организованы выставки в учреждениях образования.

Ход акции 2017 г. был широко освещен в СМИ, в электронных ресурсах и региональных газетах. Были опубликованы свыше 450 статей, организованы показы более 250 видеосюжетов на республиканских и местных телеканалах, распространены листовки, буклеты, плакаты по проблеме насилия и жестокого обращения.

Всего в ходе акции было проведено свыше 4 тысяч различных мероприятий, в ходе которых были охвачены свыше 2 млн. детей, более 1 млн. представителей родительской общественности.

В ходе организации и проведения информационной кампании было достигнуто взаимопонимание и партнерство государственных и общественных организаций, работодателей и профсоюзов, правоохранительных и образовательных структур в общем деле по решению проблем жестокости в отношении детей и женщин. Организованы показы на республиканских и областных телеканалах позитивных видеороликов, пропагандирующих семейные

ценности и счастливое детство. Проведены презентации билбордов на заданную тему в рамках кампании.

Во всех регионах страны размещены в средствах массовой информации (печатные издания, Интернет-ресурсы) информации о службах, оказывающих помощь детям и женщинам в случае жестокого обращения

Был организован и проведен конкурс на лучшее эссе среди учащихся 9-11 классов общеобразовательных школ «Как построить мир без насилия», в котором приняли участие более 2500 школьников.

Ток-шоу «Мы о наших проблемах», обсуждение на тему «Создание семьи в раннем возрасте: плюсы и минусы», аутрич кампания «Хочу все знать!!!» в досуговых и развлекательных центрах, республиканский круглый стол «Дом без насилия». – все эти мероприятия были организованы и проведены как просветительские и с целью образования, для разных категорий людей, но несомненно было одно – все мы, казахстанцы, как и все мировое сообщество хочет жить без насилия и жестокости в отношении детей!

Все методические рекомендации были подготовлены, прошли апробацию и рецензирование, затем было издано учебное пособие [13].

В мае 2016 г. омбудсманом и ЮНИСЕФ был подписан рабочий план сотрудничества между двумя учреждениями на 2016-2017 гг. [14].

### **Выводы:**

Конечно, необходимо отметить, что такая информационная кампания «Детство без жестокости и насилия» в стране проводилась всего только в пятый раз, поэтому следовало бы провести хотя он-лайн-обсуждение по итогам проведения кампании с анализом работы каждой области, каждой организации будь то государственная, правоохранительная или общественная, с выводами и предложениями для учета в дальнейших информационных кампаниях.

За пять лет накопился определенный опыт работы, необходимо провести сравнительно-историческое исследование данной темы, чтобы сделать анализ всего накопленного материала, как положительных, так и неудачных тем по борьбе против детского насилия и жестокости.

Республиканская информационная кампания «Семья без жестокости и насилия» с 1 по 19 ноября показала партнерство и сотрудничество всей общественности Казахстана.

По интернет можно было проследить публикации в СМИ по данной информационной кампании, и их действительно было много, как в республиканских, так и в областных СМИ. В дальнейшем хотелось бы пожелать проведение мониторинга и оценки деятельности медиа по вопросам жестокости и насилия в отношении детей, изучения языка написания темы, присутствует ли язык вражды в освещении этой темы, имеются ли рекомендации и оказание помощи, или только беспристрастная статистика, то есть изучению этого вопроса пока в Казахстане уделяется мало внимания.

Крайне необходим изучения опыт работы разных стран и внедрения инновационных технологий и методик социальной работы.

#### **Рекомендации:**

Необходимо медиаобразование по этому вопросу.

Необходимо социологическое исследование по данной теме, как по всей стране, так и изучение материалов насилия в семье и среди детей, борьбы против детского насилия в разных частях Казахстана.

Информационная безопасность детей должна стать во главу угла всех структур, которые отвечают за вопросы жизни и охраны детей, и, в первую очередь, омбудсмена по правам детей.

Необходимо разработать комплекс мер, позволяющих своевременно выявлять детей данной категории, предоставлять им временное проживание, оказывать экстренную помощь, проводить комплексную психолого-педагогическую диагностику. Постоянная забота о детях может способствовать снижению риска повторного жестокого обращения и минимизации его последствий.

Рекомендовать Министерству информации РК разработать комплекс мероприятий, направленных на формирование общественного мнения о недопустимости насилия и жестокого обращения в отношении детей.

Создать базу НПО, ведущую социальную работу с семьями, детьми, подростками.

Более активное привлечение работодателей и профсоюзных организаций к информационной кампании и поручение им ряда отдельных мероприятий по теме.

В 2018 году во время проведения VI Республиканской информационной кампании «Семья без жестокости и насилия» с 1 по 19 ноября рекомендуется более активная информационная составляющая на сайтах общественных организаций Союза.

### Литература

1. Фонд «Всемирный женский саммит» – [www.woman.ch](http://www.woman.ch)
2. [www.woman.ch](http://www.woman.ch), <http://www.ponimanie.org/about/news/1/1796.html>
3. <https://point.md/ru/novosti/obschestvo/kazhdij-chetvertij-iz-roditelej-bjet-svoego-rebenka-1>
4. [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms\\_308687.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms_308687.pdf)
5. <http://www.ilo.org/ipecc/lang--en/index.htm>, <http://unicef.kz/program.html?id=1>, <http://www.unesco.kz/new/>, <http://www.un.kz>
6. Впервые в 2015 году в Европе отмечают день против сексуального насилия по отношению к детям // <http://www.unian.net/society/1187092-v-evrope-vpervyie-otmechayut-den-protiv-seksualnogo-nasiliya-potnosheniyu-k-detyam.html>
7. <http://www.ombudsman.kz/>, <http://www.bala-kkk.kz/ru/node/5690>
8. <http://www.bala-kkk.kz/ru/node/5690>
9. <http://unicef.kz/program.html?id=1>
10. [http://e-vestnik.ru/society/net\\_traditsii\\_nasiliya\\_7486/](http://e-vestnik.ru/society/net_traditsii_nasiliya_7486/)
11. Женщины и мужчины Казахстана. Краткий статистический сборник /Под ред. К. Абдиева. – Алматы, Агентство РК по статистике, 2004. – С.91-92, <http://studopedia.org/12-37044.html>
12. [www.infonpo.uscoz.kz](http://www.infonpo.uscoz.kz), Сайт Союз кризисных центров Казахстана - <http://telefon150.kz/>
13. Байсакова З. и др. Детство без жестокости и насилия.–Алматы, 2013. – 207 с.
14. <http://www.ombudsman.kz/news/detail.php?ID=3129>

**Ахметова Л.С.**

**Ежегодная международная информационная кампания «Детство без жестокости и насилия» 1 по 19 ноября в Казахстане**

**Аннотация:** Насилие в семье – универсальное явление, встречающееся по всему миру, у разных народов и в разных культурах. Насилие в той или иной форме наблюдается в каждой четвертой семье. Эти цифры доказывают, что в Казахстане проблема насилия над женщинами стоит особенно остро. На сегодняшний день в 89 государствах, в том числе и в Казахстане, действуют законы, непосредственно направленные на борьбу с насилием в семье. Несмотря на это, наблюдается увеличение

количества фактов насилия в отношении детей. Проблема жестокого обращения с детьми распространена по всему миру и касается детей от 0 до 18 лет. Имеющиеся данные о фактах насилия в отношении несовершеннолетних не являются полными, о многих случаях жестокого обращения с детьми просто не сообщается.

**Ключевые слова:** дети, Казахстан, насилие в семье, информационная кампания.

**Ахметова Л.С.**

**«Қаскөйлік пен зорлық-зомбылықсыз балалық шақ» жыл сайынғы халықаралық ақпараттық науқаны, 1- 19 қараша Қазақстанда өтеді**

**Аңдатпа:** Отбасындағы зорлық-зомбылық – бұл бүкіл әлемде, әртүрлі халықтар мен түрлі мәдениеттер арасында орын алатын әмбебап құбылыс. Әрбір төртінші отбасында зорлық-зомбылық әртүрі байқалады. Бұл көрсеткіштер Қазақстанда әйелдерге қатысты зорлық-зомбылық мәселесі аса өткір екенін дәлелдейді. Қазіргі уақытта 89 мемлекет, соның ішінде Қазақстанда, отбасылық зорлық-зомбылықпен күресуге тікелей бағытталған заңдар бар. Осыған қарамастан, балаларға қатысты зорлық-зомбылық жағдайлары көбеюде. Балаларға қарсы зорлық-зомбылық проблемасы бүкіл әлемде кеңінен қолданылады, бұл 0-ден 18 жасқа дейінгі балаларға қатысты. Кәмелетке толмағандарға қатысты зорлық-зомбылық фактілері туралы қолда бар деректер толық емес, балалардың зорлық-зомбылық жағдайлары жайында жарияланбайды.

**Түйін сөздер:** балалар, Қазақстан, тұрмыстық зорлық, ақпараттық науқан.

**Akhmetova L.**

**Annual international information campaign "The childhood without cruelty and violence" 1-19 November in Kazakhstan**

**Abstract:** Violence in a family – the universal phenomenon which is found throughout the world at the different people and in different cultures. The violence in this or that form is observed in every fourth family. These figures prove that in Kazakhstan the problem of violence over women is particularly acute especially. Today in 89 states including Kazakhstan, the laws which are directly directed to fight against violence in a family work. Despite it, increase in quantity of the facts of violence against children is observed. The problem of child abuse is widespread worldwide and concerns children from 0 to 18 years. The available data on the facts of violence against minors are not complete, just is not reported about many cases of child abuse.

**Key words:** children, Kazakhstan, violence in a family, information campaign.

Дзялошинский И. М.

## Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития

### Введение

На прошедшем 6 сентября 2000 года под эгидой ООН Саммите тысячелетия главы 185 государств пришли к согласию относительно необходимости совместными усилиями искоренить нужду и несправедливость, обеспечить устойчивое развитие мирового сообщества с учетом соблюдения экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов. На этом форуме неоднократно подчеркивалось, что информация и культура пронизывают и предопределяют все сферы жизнедеятельности современного человека. При этом отмечалось, что существующие социально-экономические и экологические проблемы свидетельствуют не о недостатке производительных сил человечества, а о социокультурном, духовно-нравственном кризисе межнациональных и социальных отношений.

Однако произнесенные на этом форуме прекрасные слова так и остались словами. И вместо мира взаимодействующих ради общих целей сообществ людей, мы имеем мир противоборствующих государств, каждое из которых стремится доказать всем другим, что его сегодняшние интересы важнее интересов всех остальных стран. В угоду этим интересам, очень часто никак не сформулированным, разворачивается открытая и скрытая борьба, результатом которой является продолжающееся уничтожение мировых ресурсов и очень часто – человеческих жизней.

Культура борьбы, культура противостояния, культура ненависти продолжает свое триумфальное шествие по планете, и современные средства массовой коммуникации активно помогают ее движению. Былые надежды на то, что интернет и новые информационно-коммуникационные технологии помогут преобразовать мир в лучшую сторону остались в прошлом. Да, информационные технологии сделали возможным мгновенное распространение контента на весь мир. Заинтересованный потребитель может при желании (или без него) получить последние новости

из Нью-Йорка, Токио, Сиднея в течение нескольких секунд. Вместе со скоростью доставки и площадью охвата аудитории резко увеличился и объем поставляемой информации. Однако на практике основу распространяемого контента составляют зрелища, а в хаосе предъявляемых образов действительности и мнений уже невозможно найти какую-либо логику. Вклад интернета в экономику и жизнь в целом также явно переоценен, разве что массово распространились порнография, справочники «Википедии» и интернет-магазины. Пока в интернет-инноватике доминируют в основном различные приколы, информационные вбросы и сетевые вирусы, бессмысленные чаты и тусовки в социальных сетях. Качество образования при огромных возможностях сильно деградирует – шаблонное тестирование, верхушечные знания, клиповое мышление, сплошные клише. [1]

Пришло время разбираться в том, почему интеграционные процессы в мировом медиапространстве привели к доминированию транснациональных корпораций, которые совсем не заинтересованы в установлении нового информационного порядка. Почему люди, оказываясь встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагают все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстрого действия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать? Почему увеличение возможностей для свободного участия людей в производстве информации приводит к росту объемов агрессивного контента? Почему со всех сторон слышны жалобы на взлом средств защиты информации, вирусные атаки и т.п.? И много других «почему?».

### **Культура в системе жизненного мира**

На наш взгляд, адекватное понимание сущности культуры предполагает встраивание этой категории в понятийный ряд, в основании которого находится понятие «жизненный мир», то есть та среда, то окружение, в котором в каждый момент своей жизни пребывает индивид. Говоря о «жизненном мире», имеют в виду совокупность всех факторов и обстоятельств, в пространстве которых только и может жить и самоосуществиться данный индивид. Этот мир, оставаясь объективным и материальным, не есть, однако, физический мир, то есть мир, как он предстает пе-

ред науками, изучающими взаимодействие вещей, это – жизненный мир и в качестве такового он имеет две резко отличающиеся части, стороны, грани: внешнюю и внутреннюю.

Внешняя сторона жизненного мира представляет собой сферу, которая рассматривается как источник ресурсов, необходимых для воспроизводства и развития человека как целостности. Это та «жизненная почва», «питательная среда», из которой индивид получает то, без чего невозможно его становление и самосо осуществление. Так понимаемый внешний мир структурируется на некие пространства и поля, в рамках которых индивид проявляет свою активность. Эти пространства и поля могут менять свои очертания и границы в зависимости от множества факторов.

Внутренняя сторона жизненного мира (или «внутренний мир») представляет собой совокупность движущих сил, средств, «инструментов» жизнедеятельности, пользуясь которыми, индивид овладевает «внешним миром», присваивает его себе, расширяя тем самым свой «внутренний мир», что требует затем изменения метрики «внешнего мира», а следовательно, жизненного мира в целом. Таким образом, понятие «внутренний мир» является наиболее широким, наиболее интегральным термином, связывающим воедино всю совокупность качеств и свойств, предопределяющих степень личной суверенности индивида.

Культура в так понимаемом жизненном мире обеспечивает реализацию трех основных функций: 1) предложение эффективных схем, алгоритмов, матриц достижения результатов деятельности; 2) ориентирование индивида в общественных отношениях; 3) придание смысла всему, что человек делает или должен делать.

Соответственно, если исходить из так понимаемых функций культуры, то её структура может быть представлена как единство трех структурных компонентов: ноосферы, аксиосферы и нормативно-регулятивной сферы. [17] Элементы ноосферы, аксиосферы и нормативно-регулятивной сферы, объединяясь в разнообразные, иногда весьма экзотические сочетания, образуют культурные конструкты, которые мы обозначаем понятиями «смыслы» и «матрицы» (*рисунок*).

Понятие «культурный конструкт» довольно часто используется в работах, посвященных исследованию культуры. Так, на-

пример, Р. Линтон определяет это понятие как образец в ограниченной группе вариантов, из которых состоит любая модель реальной культуры. Хотя конструкт культуры не может точно соответствовать реальной культуре, он дает лаконичное, достаточное приближение к условиям реальной культуры. По мнению этого автора «культурные конструкты – это лишь средства исследования». [27] Культурный конструкт не обращает внимания на диапазон приемлемого поведения. Он говорит нам только о том, что является обычной, общей, то есть модальной практикой.

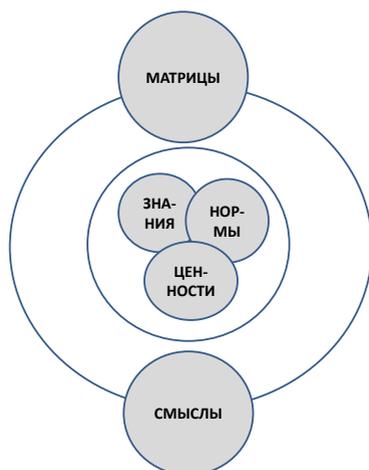


Рисунок – Схема культурных конструктов

Мы предлагаем использовать это понятие для описания реальной практики воплощения культуры в жизнедеятельности людей. Это воплощение предполагает активность людей в конструировании конкретных моделей реализации культурных требований из тех элементов, которые культура предоставляет.

### **Жизненный мир: очередная трансформация или переход в новое качество?**

15 ноября 2017 года по каналам ТАСС прошла информация о том, что изменение образа жизни и увеличение доходов населения способствовали увеличению ожидаемой продолжительности

сти жизни (показатель средней продолжительности предстоящей жизни) в 35 странах, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), на 10 лет. [30] Увеличение показателя зафиксировали за последние 50 лет. Средняя продолжительность жизни во всей группе стран, включая США, Канаду, Австралию, Японию и большинство стран Евросоюза, сейчас составляет 80,6 года. В 1970 году этот показатель составлял 70,6 лет. Наибольшая продолжительность жизни зафиксирована в Японии и Швеции – 83,9 года, далее следуют Испания и Швейцария – 83 года. Наименьшая продолжительность жизни в Латвии – 74,6 года и Мексике – 75 лет.

При этом более половины взрослого населения стран ОЭСР (54%) имеют избыточный вес, а 9% из них страдают от ожирения. Самые высокие показатели ожирения (более 30% населения) в Венгрии, Новой Зеландии, Мексике и США. Если сократить показатели курения и употребления алкоголя вдвое, ожидаемая продолжительность жизни возрастет еще на 13 месяцев, говорится в докладе.

Что касается России, то глава Минздрава В. Скворцова заявила, что продолжительность жизни россиян увеличилась до 72,6 лет, а смертность снизилась на 2,8%. С 2000 года средняя продолжительность жизни в России увеличилась на семь лет. Казалось бы, радоваться надо. Однако аналитики утверждают, что в современном мире неустойчивость и неопределенность все глубже проникают в социальную жизнь. Общество находится в состоянии опасности, социальной турбулентности, так как отсутствует уверенность в завтрашнем дне, нарастают неопределенность, тревожность, страх перед будущим. По мнению У. Бека, такое состояние характерно для «общества риска». [6] Источником формирования угроз и рисков, создающих опасность для жизнедеятельности населения, являются социетальные трансформации и соответственно актуальными становятся проблемы социальной безопасности. [16]

В качестве основных компонентов социетальных трансформаций чаще всего выделяют три: 1) информатизация (включая медиатизацию); 2) глобализация; 3) массовизация. На наш взгляд, это один и тот же процесс, имеющий три обличья, но мы сейчас не будем вдаваться в рассмотрение этого тезиса. Для нас

важно показать, что эти процессы являются факторами радикального преобразования жизненного мира, а значит и всех его компонентов, включая культуру. В настоящее время жизненный мир испытывает глубокие потрясения, вызывающие массовые переживания.

Обобщение существующих работ [2, 8, 9, 14, 20, 22, 24, 29, 32, 35, 37, 38, 40, 42] дает основание для формулирования фундаментальных вызовов, ответ на которые определит ближайшее и более отдаленное будущее человечества.

**1. Экономические вызовы** глобализации проявляются в следующих процессах:

- свободном движении капиталов и свободной торговле;
- усилении роли транснациональных корпораций;
- простоте перемещения отраслей промышленности между различными государствами в интересах уменьшения издержек на труд и природные ресурсы;
- снижении налогов на прибыль предприятий;
- слиянии компаний внутри стран и на транснациональном уровне, сопровождающемся радикальной реструктуризацией и уменьшением количества занятой рабочей силы;
- быстром распространении финансовой информации по всему миру благодаря новейшим информационно-коммуникационным технологиям;
- мощном потоке рекламы во всех средствах массовой информации и размывании четких различий между информацией и рекламой;
- стиранию национальной принадлежности продукции;
- сближении развитых и развивающихся стран по уровню зарплат, цен на товары и прибыльности предприятий;
- растущем расслоении по доходам как в развитых, так и в развивающихся странах.

**2. Экологические вызовы.** Продолжается истощение окружающей среды и ее ресурсов. С середины XX века Земля лишилась 1/5 урожайных почв, 1/5 тропических лесов, десятков тысяч видов растений и животных. В основном из-за производственной деятельности людей. Продолжаются процессы опустынивания, засоления почв, истощения подземных источников. Ухудшаются условия жизни самого человека: качество воды, продуктов, воз-

духа. Особенную тревогу вызывает процесс деградации сферы существования человека в так называемом развивающемся мире. Здесь срабатывают несколько разнонаправленных факторов. Во-первых, в странах этого сектора нередко сосредоточены «выкинутые» из стран «золотого миллиарда» вредные производства. Во-вторых, велика доля традиционных для индустриального общества собственных «грязных» производств и одновременно очень мала доля финансирования экологических программ. В-третьих, экологическая угроза вызывается деградацией традиционного хозяйства (сельское хозяйство, ремесла), вызванной в первую очередь неконтролируемым ростом населения. Деградация почв в сельской местности ведет к уменьшению выпуска продовольствия. В ряде стран ощущается и резкий недостаток водных ресурсов. Во многих развивающихся странах невозможно обеспечить жизнь человека на основе самых минимальных стандартов – 2–3 тысячи калорий и 2,5 литра воды в день. Не случайно огромные массы людей из сельских районов стекаются в многомиллионные мегаполисы, надеясь найти там работу, превращая города в трущобы (Каир, Бомбей, города Бразилии, Пекин и др.).

Между тем, в условиях экологической глобализации деградация природы и сферы жизнеобитания в развивающемся мире негативным образом сказывается на мире в целом. Характерный пример – судьба тропических лесов, «легких» Земли. Количество их уменьшается в связи с экономическим развитием ряда стран Латинской Америки и Азии. Протесты же развитых стран парируются доводами, наподобие приведенных однажды в заявлении правительства Индонезии: «Поскольку 170 млн. жителей страны имеют такие же желания, как и жители Соединенных Штатов, 20% лесов страны должны быть вырублены, и эти земли должны быть превращены в сельхозплощади».

**3. Политические вызовы** обусловлены тем, что сегодня принятие глобальных решений зависит не только от государств. Возникли и обладают немалыми полномочиями международные структуры. Некоторые исследователи полагают, что уход в прошлое Вестфальской системы (основанной на примате нации-государства, суверенитета и государственного интереса) почти автоматически влечет за собой передачу некоторых компонентов

государственного суверенитета в пользу наднациональных институтов. С этой точки зрения, большой интерес вызывает деятельность Интерпола, Гаагского международного суда, Трибунала по бывшей Югославии, подписание рядом стран Соглашения о международном преследовании военных преступлений и др.), которыми государства по взаимному согласию передают часть своих прав в этой области наднациональным учреждениям. Это заставляет многих исследователей видеть будущее современной международной системы именно в многоуровневом ключе [54, 49, 46, 11, 48, 25, 26, 52, 7, 45, 40, 50, 51]. А это, в свою очередь, невозможно без существенной коррекции существующего международного права, в том числе некоторых его принципиальных основ. [36] Однако эти процессы вызывают недовольство национально ориентированных политических элит. Различные мозговые центры и отдельные авторы разрабатывают концепции информационного, политического, идеологического, правового, культурного и прочих суверенитетов [4, 34, 23, 21]. Нарастает явление, получившее название «война суверенитетов», которая сопровождается локальными и региональными конфликтами. При этом почему-то больше всех беспокоятся о защите суверенитета государства, которые, разрабатывая оружие массового уничтожения, бросают вызов мировому сообществу, оправдывая свои действия интересами национальной безопасности; правящие клики, которые используют принцип государственного суверенитета для предотвращения международного вмешательства по поводу нарушений прав человека, массовых репрессий и геноцида; лидеры, которые под лозунгом противостояния однополярной модели мироустройства, стремятся сохранить свою монополию на принятие любых решений, сохранение удобных им правил игры в политике, торговле, финансах и т.п.

Очевидно, что ссылаясь на право народов самим определять свою судьбу, сохранять свою культурную, историческую и цивилизационную идентичность, эти элиты на долгие годы замораживают интеграционные процессы. Это, видимо, побудило французского ученого П. Аснера утверждать: «Мы находимся в периоде размытости: сейчас недостаточно сказать «государство», «суверенность», «политика», чтобы оживить эти реалии. Но другого принципа, который бы их заменил, тоже нет. Быть может, нам

предстоит пережить периоды настоящей анархии, гражданской войны, и только потом родится нечто другое». [3]

**4. К социальным вызовам** следует в первую очередь отнести неравенство в развитии и, как следствие этого, разрыв в уровне жизни. Характерный пример – США, на которых приходится около 4% мирового населения, потребляют четверть производимой в мире нефти. И это неравенство становится все больше. ВВП на душу населения в Лихтенштейне составляет 118000 долларов; в Люксембурге 108004 долларов; в Швейцарии 79347; в Норвегии 72046. А в Афганистане, Демократической Республике Конго, Либерии, Нигере, Мозамбике и десятках других стран от 300 до 500 долларов на душу населения. По данным *Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО)* количество людей, страдающих от голода по всему миру составляет *более одного миллиарда*. Из них 642 миллиона живут в Азии, 265 миллионов – в Африке, 42 миллиона – в Латинской Америке и странах Карибского бассейна, а также 15 миллионов – в развитых странах. По данным ФАО, в мире складывается критическая ситуация, так как число голодающих стремительно увеличивается. [31]

Другая социальная проблема связана с демографическими процессами. В XVIII веке население мира увеличивалось на 250 млн. за 75 лет, а сейчас примерно за три года. Недавно ООН опубликовала прогноз, касающийся роста численности населения на планете. Основной вывод: население будет постоянно возрастать, люди будут позже стареть и дольше жить. **Согласно последним данным численность населения мира на 2017 год составляет больше 7,5 миллиардов.** [41] Мировое сообщество разделилось в современном демографическом процессе. Две тенденции: сокращение рождаемости (на грани депопуляции) в большинстве развитых стран и продолжающийся рост народонаселения в большинстве стран развивающегося мира. Изменения в демографической структуре носят также и расовый, конфессиональный, национальный характер. По прогнозам, больше всего рождаемость повысится в Африке (вскоре количество людей, проживающих на этом континенте, возрастет до 4 миллиардов, а это примерно половина от всей цифры), при этом во многом этому поспособствует то, что смертность от СПИДа среди афри-

канцев существенно сократилась. В целом, азиатский континент пик роста ожидает примерно в 50-м году, после чего прирост будет падать, однако в других странах он продолжится.

Неравенство в развитии плюс рост народонаселения порождают третью социальную проблему – массовое перемещение населения из развивающихся стран в развитые. Многих пугают демографические последствия глобальной миграции, меняющие состав и размер населения как страны отправления, так и принимающих стран. Эти последствия для современных развитых капиталистических государств часто оцениваются как катастрофические. По мнению П. Бьюкенена, к началу XXI века количество населения США, родившегося за их пределами, или некоренных американцев, уже перевалило за 30 млн. Каждый год в США приезжает около миллиона официальных иммигрантов. [10]

Это приводит к формированию крупных социально-этнических групп, находящихся на нижних этажах общественной иерархии. Возникает новый узел не только экономических, но и – что весьма важно – острых политических и идеологических противоречий, способных дестабилизировать и международную, и во многих случаях внутривнутриполитическую ситуацию. Демографические прогнозы свидетельствуют о том, что к 2050 году население Европы и Японии резко сократится (например, в Италии и Болгарии на 25–30%), а количество трудоспособных лиц в отношении к лицам старше 65 лет сократится более чем на половину (с 4–5 до 2). Это ставит под угрозу систему социального обеспечения пенсионеров и нетрудоспособного населения в целом. В данной ситуации приходится признать, что замещающая иммиграция является практически единственной возможностью ответить на эти вызовы. В результате число иммигрантов и их потомков в 2040 году составит, например, в Японии, Германии и Италии – от 30 до 39%.

Проблемой являются и взаимоотношения коренных жителей и мигрантов, которые зачастую принимают не межличностный, а межгрупповой характер, создают основу для межгрупповых конфликтов.

Неурегулированные региональные кризисы и конфликты, нищета и отсталость, поразившие обширные регионы, неизбежные издержки глобализации и модернизации, массовые миграции

населения, подъем экстремистских движений, распространение оружия массового уничтожения предопределяют нестабильность мировой политики.

**5. В группу социально-психологических вызовов** можно включить нарастающую тревогу как интеллектуалов, так и миллионов простых граждан по поводу собственной идентичности. [18] Глобализация обострила стремление к защите собственной идентичности и способности сопротивляться и вместе с тем в значительной степени привела к изменению границ идентичностей и, соответственно, культур, которые теперь все меньше и меньше соотносятся с границами национальных государств и все больше и больше – со смыслами и значениями разных бытовых жизненных явлений и стремлениями индивидов создавать свои собственные индивидуальные культуры. [43, 53, 47] Проблема осознается мировым сообществом, о чем свидетельствует принятие 31-й сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО «Всеобщей декларации ЮНЕСКО о культурном разнообразии», в которой утверждается, что «культурное разнообразие так же необходимо для человечества, как биоразнообразие для живой природы. Оно является общим достоянием человечества и должно быть признано и закреплено в интересах нынешнего и будущих поколений». [12]

В Декларации также отмечается, что залогом культурного разнообразия является свобода выражения мнений, плюрализм средств информации, многоязычие, равный доступ к возможностям для художественного творчества, к научно-техническим знаниям и обеспечение всем культурам доступа к средствам выражения и распространения идей. Но для того, чтобы сохранять, нужно видеть границу общечеловеческих ценностей от национальных, а также границу ценностей одной национальной культуры от соседствующей с ней, что вероятнее всего, будет поставлено в задачи культурологам в ближайшее время. И хотя Ф. Фукуяма утверждает, что существование национальной идентичности во всех современных либеральных демократических государствах является неоспоримым фактом [44], результатом действия обозначенных выше факторов является тенденция к возникновению так называемой «множественной идентичности».

**6. Культурные вызовы.** Особая непримиримость разных позиций проявляется в вопросе о тенденциях развития культу-

ры в связи с интеграционными процессами в сфере экономики, торговли, политике и т.д. Очевидно, что культурная глобализация решительно изменяет контекст, в котором происходят воспроизводство и развитие национальных культур, вовлекая в этот процесс новые глобальные инфраструктуры беспрецедентного масштаба, которые обеспечивают большие возможности проникновения элементов той или иной культуры через границы государств. Это приводит к тому, что у многих исследователей возникает ощущение, что глобализация унифицирует и стандартизирует культурные традиции, подрывает жизнеспособность незападных цивилизационных структур.

Другие авторы полагают, что утверждения, согласно которым исчезновение национальных границ и создание мира, соединенного рынками, нанесет смертельный удар по региональным и национальным культурам, являются «бредом преследования, возбуждаемого неприязнью и мстительной злобой по отношению к североамериканскому гиганту». А страх перед американизацией планеты является в большей степени идеологической паранойей, нежели отражением реальности. [28]

**7. Информационно-коммуникационные вызовы.** Важным вызовом является формирование глобальных коммуникационных сетей. Этот процесс характерен для большинства стран с развитой экономикой. В современном мире прекращается существование относительно замкнутых, соединенных друг с другом лишь немногочисленными каналами локальных, региональных, национальных и континентальных коммуникационных систем; их место во все большей мере занимает глобальная коммуникационная сеть, основной структурной характеристикой которой является разделение на центр и периферию. Старые локальные, региональные и национальные коммуникационные центры, встраиваясь в новую глобальную сеть, подчиняются новой глобальной дифференциации. В новом глобальном мире обычная газетная редакция, радио- или телевизионная станция может добыть собственными силами, проанализировать и прокомментировать лишь ничтожную часть информации, интересующей целевую аудиторию. Ей приходится пользоваться сообщениями централизованных источников, каковыми являются ведущие национальные или международные информационные агентства.

Таким образом, все редакции являются включенными в единую глобальную информационную систему, структурированную по принципу «центр – периферия». Редакционный журналист обеспечивается информацией и сообщениями со всего мира, однако сам он не имеет никакого влияния на продуцирование этой информации и этих сообщений. Журналист включен в коммуникационный процесс, который практически не поддается его контролю. Стандартизуется, например, новостной поток: информационное агентство должно выдать потребителям строго определенное количество информационных сообщений за соответствующий промежуток времени, информация должна быть представлена в строго регламентированном порядке, отзывы к публикациям чаще всего модерируются. Стандартизуется и сам процесс восприятия информации.

Стремясь освоить возможности мирового информационного рынка, крупнейшие медиаконцерны в послевоенный период перешагнули национальные границы, их деятельность приобрела транснациональный характер. Наиболее крупные и экономически могущественные объединения, использующие новейшие коммуникационные технологии и огромные материально-финансовые ресурсы, сегодня доминируют на международном рынке новостей, их операции приобрели поистине всемирный размах. Сегодня на мировом рынке информации и коммуникаций ведущие позиции занимают могущественные корпорации, базирующихся в основном в США. В этом же списке стоят такие крупнейшие американские компании, как *CNN*, *The Walt Disney Company* и *Euronews*.

В информационном пространстве появляются так называемые «глобальные новости», которые важны для жителей всех стран. Пример – американские выборы, прошедшие в ноябре 2016 года, по результатам которых победу одержал Дональд Трамп. Информационные ресурсы по всему миру – американские, европейские, азиатские – на протяжении нескольких дней были заполнены информацией о Д. Трампе: они приводили статистику выборов, биографию политика, рассказывали о его предвыборной кампании. В ночь выборов на многих российских площадках шла онлайн-трансляция, несмотря на то, что событие происходило в другой стране. Также по всему миру освещаются церемонии

вручения международных премий (Нобелевская премия, Премия Американской академии кинематографических искусств и наук «Оскар») или крупные спортивные соревнования (Олимпиада 2016 года в Рио-де-Жанейро). Таким же охватом обладают новости о крупнейших терактах (взрыв в редакции *Charlie Hebdo*, теракт в Париже 13 ноября 2015 года).

Объединение информационного поля неизбежно приводит и к объединению моделей СМИ. Несмотря на то, что в разных странах они различные, существуют определенные принципы и стандарты, по которым работают журналисты в Америке и в России, в Англии и в Израиле. В конечном счете, это обуславливает и появление общих форматов в СМИ. Например, в 2012 году в Америке с подачи *The New York Times* появился первый в мире лонгрид. Назывался он *Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek* («Снегопад: лавина в проходе Крик») и был посвящен группе горнолыжников, совершивших поход в Каскадные горы в США. При подъеме их застала лавина, из-за которой несколько человек погибли. Этот лонгрид породил так называемый формат «длинных форм», на пару лет захлестнувших мировые СМИ. Например, в России лонгриды начали выпускать такие издания, как *Lenta.ru*, «Коммерсантъ» и ТАСС.

Этот переход форматов особенно хорошо заметен на примере телевидения. Одна из наиболее знаменитых передач, которая транслируется по всему миру, модифицируясь в зависимости от страны, – телевизионная игра «Кто хочет стать миллионером?». Первая версия под названием «*Who Wants to Be a Millionaire?*» появилась в Англии в 1998 году и к настоящему моменту уже завоевала весь мир. К этому списку можно добавить такие телепередачи, как «Голос» (вокальное телевизионное шоу, представляющее собой российскую адаптацию «*The Voice of Holland*» – «Голос Голландии»), «Фактор А» (российская версия британского проекта «*The X Factor*»), реалити-шоу «Последний герой» (аналог американского «*Survivor*»), «Дом» (формат программы был приобретен у английской телекомпании *Zeal*), «Холостяк» (аналог американского проекта «*The Bachelor*», который реализуется в восьми странах мира). Более крупная вариация такого культурного обмена – схожие фильмы и сериалы. Одним из наиболее явственных прецедентов был российский телесериал «Не

родись красивой», адаптация колумбийской теленовеллы «*Yo soy Betty, la fea*» («Я – Бэтти, дурнушка»), которая вошла в Книгу рекордов Гиннеса как самая успешная теленовелла всех времен. Ее аналоги вышли как минимум в 28 странах. [55]

Таким образом, наиболее важными факторами становления глобального информационного общества являются:

- развитие глобальной системы спутникового телевидения и радиовещания;
- уровень развития информационных технологий и глобальных информационно-телекоммуникационных сетей (в первую очередь интернета);
- появление качественно новейших средств и технологий для осуществления информационных взаимодействий (компьютеры, планшеты, телефоны, устройства виртуальной реальности и т.п.);
- глобализация индивидуального и общественного сознания [13].

### **Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации**

Если исходить из предложенного выше понимания культуры как сложноорганизованной системы, внутренняя сторона которой представлена знаниями, ценностями и нормами, а внешняя – матрицами и смыслами, то понятие «коммуникативная культура» приобретает необходимую ясность. Этим понятием стоит обозначать накопленные в сфере коммуникации знания, ценности и нормы, проявляющиеся себя, во-первых, в разнообразных философско-идеологических концепциях, задающих смысловые рамки понимания функций коммуникации и во-вторых, технологиях коммуникации, которые мы обозначили понятием «коммуникационные матрицы».

В структуре так понимаемой коммуникативной культуры можно выделить три основных типа коммуникативных культур: технократическую, сциентистскую и гуманитарную.

В сфере коммуникации технократическая доктрина рассматривает коммуникацию как технологический процесс передачи количественной, точной и измеримой информации и допускает любые формы воздействия на людей, если эти формы приводят к нужному результату. Этот подход сформировался на основе

теоретических положений теории информации К. Шеннона и кибернетики Н. Винера. Принципы изучения коммуникации как передачи информации в технических устройствах переносились на принципы изучения социально-политической коммуникации между людьми в социальных науках.

В частности, характерной особенностью технократической парадигмы коммуникации является высокий уровень агрессии. Массовая коммуникация, особенно телевидение, пропитана сценами агрессии и насилия [5, 15, 19, 33, 39].

Сциентизм как доктрина представляет собой систему утверждений, согласно которым научное знание (естественно-математическое и техническое) является абсолютной ценностью, а наука в целом истолковывается как главная сила общественного развития. Что касается коммуникации, то сциентизм опирается на представление о том, что в сегодняшних условиях профессионал в сфере коммуникации должен использовать самые современные научные данные из психологии, коммуникативистики, нейропсихологического программирования и других областей знания, помогающих правильно формулировать цели, выбирать способы и оценивать результаты коммуникации. Отсюда интерес к научным исследованиям в сфере коммуникации; готовность организовывать обратную связь с адресатом коммуникации; эксперименты в сфере интегрированных коммуникаций и т.п. Научному исследованию подвергаются процессы духовного потребления, которые рассмариваются как часть более общего процесса «обработки людей людьми». Разрабатываются технологии управления процессом формирования ценностных ориентиров личности, ее установок на определенные духовные ценности.

В каком-то смысле сциентистский подход представляет собой изощренную версию технократизма, но поскольку современная наука доказывает, что человек существенно более сложная система, чем это представляется технократам, и методы работы с человеком должны склоняться к больше вариативности, то иногда сциентизм смыкается с гуманистической, солидаристской моделью коммуникации.

Гуманитарная коммуникативная культура опирается на принципы уважения к человеку, к его достоинству, к его интересам и потребностям. Из этих принципов вытекает такая фундаменталь-

ная особенность гуманитарной коммуникативной культуры как диалогичность. К сожалению, в современных медиа господствует либо псевдиалог, либо откровенное пренебрежение возможностью поиска согласия.

Вопрос о том, какая коммуникативная культура доминирует сейчас, и как будет изменяться ситуация в ближайшем и более отдаленном будущем, имеет не только теоретический характер. Есть основания полагать, что человечество лишь вступает в полосу крупнейших преобразований в своей истории. Мы стоим у истоков четвертой промышленной революции, отличительными чертами которой являются скорость, масштабность и системность. В работах К. Шваба, Р. Курцвейла показано, как изменят мир нано- и биотехнологии, наноэнергетика, молекулярная, клеточная и ядерная технологии, нанобиотехнологии, биомиметика, нанобионика, нанотроника, а также другие наноразмерные производства; новые медицина, бытовая техника, виды транспорта и коммуникаций; использование стволовых клеток, инженерия живых тканей и органов, восстановительная хирургия и медицина. Прогнозируется резкое снижение энергоемкости и материалоемкости производства, конструирование материалов и организмов с заранее заданными свойствами, существенное увеличение продолжительности жизни человека и животных, повышение роботизации производства, резкое повышение потребности общества в высококвалифицированных работниках, появление новых типов профессий.

Этот процесс не будет простым. Экспертами Национального разведывательного совета при ЦРУ был подготовлен «Проект-2020», в котором представлены четыре сценария глобального развития: «Давосский мир», «Рах Americana», «Новый Халифат», «Контур страха». Каждый из этих сценариев предполагает возможность глубоких кризисов.

Какой сценарий выберет человечество, достигнет ли оно, реализуя выбранный сценарий, устойчивого развития, в определенной степени зависит и от того, какой будет коммуникативная культура современных медиа.

### Литература

1. Агеев А.И., Авдеев С.В., Новоточинов А.А. Институт супердрайверов инструмент новой инновационной реальности. URL: <http://docplayer.ru/49847959-Institut-superdrayverov-instrument-novoy-innovaci-onnoy-realnosti.html>
2. Арон Р. Мир и война между народами. – М., 2000.
3. Аснер П. 1999. Насилие и мир. От атомной бомбы до этнической чистки. СПб.: Всемирное слово, 1999. С. 331–332.
4. Ашманов И.С. Информационный суверенитет. URL: <http://eurasian-defence.ru/sites/default/files/doc/ashmanov.pdf>
5. Барабаш Н.А. Телевидение и театр. Игры постмодерна. – М.: КомКнига, 2010.
6. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. – М., 2000.
7. Бек У. Что такое глобализация? – М., 2001.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М., 1999.
9. Бжезинский З. Великая шахматная доска. – М., 1998.
10. Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада. – М., 2003.
11. Валлерстайн И. Исторические системы как сложные системы // Философские перипетии. Вестник Харьковского государственного университета. №409'98. Серия: Философия. ХГУ, 1998. С. 198-203.
12. Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>
13. Гвоздева В.С. Глобализация информационного пространства: проблемы и тенденции. URL: [http://www.sociosphera.com/publication/conference/2011/99/globalizaciya\\_informacionnogo\\_prostranstva\\_problemy\\_i\\_tendencii/](http://www.sociosphera.com/publication/conference/2011/99/globalizaciya_informacionnogo_prostranstva_problemy_i_tendencii/)
14. Глобализация: человеческое измерение. – М., 2002.
15. Давыдов М. Типология телевизионных многосерийных художественных фильмов // Академия медиаиндустрии. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1583>
16. Данилова З.А. Социальная безопасность региона: уровень угроз и тревожности населения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-bezopasnost-regiona-uroven-ugroz-i-trevozhnosti-naseleniya>
17. Дзялошинский И.М. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты : в 2-х т. Т. I. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2017.
18. Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Идентичность российской молодежи: роль и место событий 1917 года. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2017.
19. Ениколопов С. Средства массовой коммуникации и насилие // Проблемы медиапсихологии. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/45.htm>
20. Загладин В.В., Фролов И.Т. Глобальные проблемы современности: научный и социальный аспекты. – М., 1981.
21. Зорина Е.Г. Информационный суверенитет современного государства и основные инструменты его обеспечения // Изв. Сарат. ун-та. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17. Вып. 3. С. 345–348.

22. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М., 2000.
23. Ирхин Ю.В., Зотов В.Д., Зотова Л.В. Политология. URL: <http://uchebnik-online.com/133/1264.html>
24. Кеннеди П. Вступая в XXI век. – М., 1997.
25. Кортунов С.В. Крушение Вестфальской системы и новый мировой порядок. URL: [http://www.zlev.ru/125/125\\_36.htm](http://www.zlev.ru/125/125_36.htm)
26. Лебедева М.М. Политическая система мира: проявление «внесистемности», или основные акторы – старые правила // «Приватизация» мировой политики: локальные действия – глобальные результаты. – М.: Голден Би, 2008.
27. Линтон Р. Понятие культуры. URL: <https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/vst/2009/linton.pdf>
28. Льоса М.В. Культура свободы // Foreign Policy. 2001. Январь-февраль / Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/465>
29. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / Под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. – М.: Аспект-пресс, 2004.
30. Ожидаемая продолжительность жизни в странах ОЭСР увеличилась на 10 лет. URL: <http://tass.ru/plus-one/4731891>
31. ООН: Более миллиарда человек в мире голодают. URL: <https://newsland.com/user/4297663821/content/oon-bolee-milliarda-chelovek-v-mire-golodaiut/4037818>
32. Печчеи А. Человеческие качества. – М., 1980.
33. Полуэхтова И. Доходное мыло // Искусство кино. 2001. № 4
34. Слесарчук О.М. Современное состояние информационной сферы России // Изв. Росс. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. 2009. Вып. № 93.
35. Современный терроризм: состояние и перспективы / Отв. ред. Е.И. Степанов. – М., 2000.
36. Торкунов А. От «холодной войны» к «коалиции победы». Новая философия внешней политики России. URL: <http://textarchive.ru/c-1779658-pall.html>
37. Тоффлер Э. Третья волна. – М., 2002.
38. Тоффлер Э. Шок будущего. – М., 2001.
39. Флиер А.Я. Культурные основания насилия // Гуманитарные науки: теория и методология. 2012. № 1.
40. Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Пerratон Д. Глобальные трансформации: Политика, экономика, культура. – М., 2004.
41. Численность населения мира на 2017 год составляет... URL: <http://russinfo.net/otdyh/naselenie-zemli/chislennost-naseleniya-mira-na-2017-god-sostavlyaet.html>
42. Яковец Ю.В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций. – М., 2001.
43. Castells M. (2009). The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II, London: Wiley-Blackwell.
44. Fukuyama F. Identity, Immigration, and Liberal Democracy // Journal of Democracy. 2006. Vol. 17. N 2. P. 5–20.
45. Giddens A. Globalization: a keynote address // UNRIST News. 1996. № 15.

46. Kaplan, Morton A. System and process in international politics. ECPR Press, 2005.
47. McCracken G. (2008). Transformations: Identity Construction in Contemporary Culture, Urbana: Illinois University Press.
48. Modelski G. Long Cycles in World Politics. – Seattle, 1987.
49. Oran R. Young. Systems of Political Science. Englewood Cliffs. – N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1968.
50. Ortega M. Building the future: the EU's Contribution to Global Governance // Chaillot Paper 100 (April 2007). URL: <http://www.iss.europa.eu/uploads/media/cp100.pdf>
51. Prado C. de. Global multi-level governance: European and East Asian leadership. United Nations University, 2007.
52. Scholte J.A. Globalization and Governance: From Statism to Polycentrism // CSGR Working Paper N. 130/04. P. 34-42.
53. Tomlinson J. (1999). Globalization and Culture, Chicago: University of Chicago Press.
54. Waltz K. Theory of International Politics. McGraw Hill. – New York, 1979.
55. 'Yo soy Betty la fea' entra al libro de los Guinness Records. URL: <http://www.colombia.com/entretenimiento/autonoticias/television/2010/02/11/DetalleNoticia8870.asp>

### **Дзялошинский И. М.**

#### **Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития**

**Аннотация.** Статья посвящена анализу роли культуры в реализации стратегии устойчивого развития. Изложена концепция, согласно которой основными функциями культуры являются: 1) предложение эффективных схем, алгоритмов, матриц достижения результатов деятельности; 2) ориентирование индивида в общественных отношениях; 3) придание смысла всему, что человек делает или должен делать. Соответственно, если исходить из так понимаемых функций культуры, то её структура может быть представлена как единство трех компонентов: ноосферы, аксиосферы и нормативно-регулятивной сферы. Элементы ноосферы, аксиосферы и нормативно-регулятивной сферы, образуют культурные конструкты, которые обозначены в статье понятиями «смысл» и «матрицы». Рассмотрены особенности коммуникативной культуры как подсистемы культуры в целом. Проанализированы три основных типа коммуникативной культуры: технократическая, сциентистская и гуманитарная. Показано, что переход к устойчивому развитию предполагает доминирование гуманитарной коммуникативной культуры. Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты».

**Ключевые слова:** медиа, культура, коммуникативная культура, глобализация, вызовы глобализации, устойчивое развитие.

Уразалиева Г.К., Кудрявцев В.Т.

### **Проект «РОДИВ» как инструмент реализации целей устойчивого развития ООН**

Полидисциплинарный проект РОДИВ – «Развивающая общность детей и взрослых» является научно-практической разработкой двух авторов, созданной на основе достижений современных гуманитарных наук и мирового опыта в конструировании социальных практик [1].

Опираясь на социальную потребность в научном анализе детско-взрослых отношений в институционализированной, сетевой и межличностной формах, мы предложили критерии развивающейся общности детей и взрослых. В центре инициативного проекта находится личность, выросшая в определенных социо- и культурно- исторических условиях, помещенная в своеобразную матрицу, пространственно-временной континуум. Эта матрица отличается для поколения детей и родителей в главных характеристиках, при переходе от одной страны к другой как в одно физическое время, так и в разные эпохи.

Цели устойчивого развития (ЦУР) были сформулированы 25 сентября 2015 для государств – членов ООН, когда была принята Повестка дня в области устойчивого развития до 2030 года [2]. В этих 17-ти целях заложена возможность реализации устойчивого развития на уровне государств, регионов, институтов образования, социальных групп и силами семьи. ООН призывает к совместным усилиям правительства, частного сектора и гражданского общества внутри стран, так и жителей всей земли. Документ направлен на ликвидацию нищеты, сохранение ресурсов планеты и обеспечение благополучия для всех. Каждая из 17 Целей содержит ряд показателей, которые должны быть достигнуты в течение 15 лет. В статье мы сможем выделить из 17 целей ООН лишь несколько, что напрямую можно реализовывать гражданскому обществу, частному сектору, помимо усилий правительства страны. Для нас особенно важна десятая Цель, что относится к России и Казахстану, перешедших на доминирование капиталистических

отношений, породив заново острые социальные противоречия между новыми группами богатых и бедных.

*Цель 10: Сокращение неравенства внутри стран и между ними.* В ней пишется, что «несмотря на то, что разница в уровне доходов между странами, по-видимому, сократилась, усугубилась проблема неравенства внутри стран. Все более укореняется представление о том, что экономический рост сам по себе не позволяет сократить уровень нищеты, если он не является всеохватным и не зиждется на всех трех составляющих устойчивого развития: экономической, социальной и экологической. Для уменьшения неравенства рекомендуется политика, построенная на принципах всеобщности, но с учетом потребностей обездоленных и маргинализированных групп населения» [3]. В наших странах есть маргинализированные группы и бедные люди, как среди коренного населения, так и мигрантов. Проект РОДИВ через обучение семьи принципам развивающей общности детей и родителей позволит хотя бы частично сократить этот разрыв. Здесь открывается возможность для совместного, общественного творчества и соразвития взрослых и детей из этих социальных групп.. Как это сделать мы опишем на примерах ниже.

*Цель 1: Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах.* Важна формулировка, что «нищета — это не просто нехватка доходов и ресурсов для обеспечения средств к существованию на устойчивой основе. Она проявляется в голоде и недоедании, в ограниченном доступе к образованию и к другим основным социальным услугам, в социальной дискриминации и изоляции, а также в невозможности участия в принятии решений. Экономический рост должен быть всеохватным, чтобы обеспечивать стабильную занятость и способствовать равенству» [3]. У нас нет примеров вопиющей абсолютной нищеты, как в странах южнее Сахары, о чем пишется в документе ООН. Но есть проблемы неявной дискриминации бедных из групп риска: это семьи многодетные или с одним кормильцем, в том числе из среды мигрантов; семьи с родителями и детьми инвалидами, с матерями одиночками. Одной государственной поддержки для них недостаточно. Гражданское общество реагирует, создавая фонды благотворительности, помощи в школах и детских садах, взаимопомощи родителей, которые создают в интернете, или в реальном сосед-

ском кругу группы взаимопомощи, устраивая регулярный обмен детской одеждой, игрушками, учебниками и книгами. Похожая традиция уже имела место в истории наших обществ, например, у русских «всем миром» строили дом, а у казахов это называлось «асар».

*Цель 2: Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства.* ООН показывает, что «в 2016 году общемировой показатель истощения среди детей составлял 7,7 процента, причем самый высокий показатель (15,4 процента) наблюдался в странах Южной Азии. Вместе с тем в 2016 году во всем мире от избыточного веса и ожирения страдали 41 миллион детей (6 процентов) в возрасте до пяти лет». [3] Эти проблемы есть и в наших странах: одновременное наличие детей как с недостаточной массой тела, так и с ожирением. Борьба с голодом живет в исторической памяти двух народов, поколениям прародителей которых пришлось пережить голод в 30-е годы 20 века в российских деревнях и джунгли в казахских аулах. Сегодня необходимости борьбы с голодом у нас, как в неблагополучных регионах мира, нет. Выстраивание системы здорового питания должно решаться под государственным контролем, с учетом санитарных норм в столовых детских садов и школ. А главное в семьях, где назрела необходимость перехода от излишеств жирной и калорийной национальной кухни к сбалансированному питанию. В городских семьях с детьми это умеренное потребление промышленных полуфабрикатов, внедрение здорового и сбалансированного питания, без увлечения детьми фастфудом.

*Цель 3: Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте.* Основными пунктами выполнения третьей Цели являются: 1) **охрана репродуктивного здоровья, здоровья матерей, новорожденных и детей;** 2) **инфекционные заболевания;** 3) **неинфекционные заболевания и психическое здоровье.** В наших странах эта цель достигается через ряд мер для увеличения продолжительности жизни, которая в России составила в 2017 году 72, 4 года, а в Казахстане- 67, 35 лет, а также в борьбе с распространенными причинами материнской и детской смертности. В России не удалось добиться значительных успехов в сфере ограничения распространения ВИЧ/СПИДа.

По-прежнему актуальной в РФ остается предотвращение нежелательной беременности, и деторождения среди девочек-подростков в возрасте от 15 до 19 лет. Хотя в наших странах 19 лет не являются критическим возрастом для первой беременности и деторождения, так как официальный возраст вступающих в брак это 18 лет.

В документе ООН отмечается, что «в 2015 году число преждевременных смертей (до 70 лет) по причине сердечно-сосудистых заболеваний, рака, хронических респираторных заболеваний или диабета составило в общей сложности примерно 13 миллионов человек, то есть 43 процента всех случаев преждевременной смерти во всем мире».[3]. Средняя продолжительность жизни в России у женщин 77 лет, а мужчин 66, 5 лет [4]/ Увеличение продолжительности жизни мужчин в стране, требует не только деятельности Правительства, которое уже запретило рекламу в СМИ, распитие алкоголя и табакокурение в общественных местах. Это необходимые, но недостаточные меры. Семья нерегулируемая Законом территория, имеющая позитивный и негативный потенциал воздействия. Ведь известно, что многие тяжкие уголовные преступления связаны с бытовым пьянством в семье. Нужна ее саморегулирующая деятельность, уменьшающая зависимость всех членов от алкоголизма и табакокурения. Сделать такую практику ценностным ориентиром поможет гражданское общество через реальные и виртуальные сообщества, пропаганду ЗОЖ. Эти практики известны в истории общественных движений, где успешным проектом оказалось движение Анонимных алкоголиков, созданное в США, и нашедшее своих сторонников в двух наших странах.

**Среди прочих рисков для здоровья указаны «травмы, полученные в результате дорожно-транспортных происшествий (главная причина смерти среди мужчин в возрасте от 15 до 29 лет), погибло в 2013 году примерно 1,25 миллиона человек. С 2000 года число дорожно-транспортных происшествий со смертельным исходом увеличилось во всем мире примерно на 13 процентов» [3].** Увеличившийся парк личных автомобилей в наших странах приводит к тому, что ДТП не уменьшают эту скорбную статистику. Правительства ужесточают меры наказания за управление транспортом в нетрезвом виде. Но только личная ответ-

ственность и семейные традиции запрета вождения в нетрезвом виде могут уменьшить риски. В России общественность создает инициативные группы контроля за поведением на дорогах, например, такое как «СтопХам».

*Цель 4: Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех.* Образование как ведущий социальный лифт мобильности остается важным ресурсом во всех странах. В СССР сложилась уникальная система развивающего образования по системе Д.Б. Эльконина и В.В. Давыдова, основанная на выдающихся достижениях отечественных психологов Л.С. Выготского, А. Леонтьева, философа Э.В. Ильенкова. Существует более 20 лет Международная ассоциация Развивающего образования (МАРО), вокруг которой строится международное сотрудничество и функционируют сообщества ученых, психологов, родителей и выпускников школ РО [4].

Именно эта полувековая практика РО позволила нам классифицировать роль взрослых в системе РОДИВ. Предлагаемая таблица показывает разницу между двумя моделями поведения взрослых в ситуации развивающей общности родителей и детей.

*Цель 5: Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек.* Для реализации этой цели требуется бороться «с глубоко укоренившейся практикой дискриминации по признаку пола, которая зачастую является результатом патриархальных взглядов и связанных с ними социальных норм... Согласно данным за период 2005–2016 годов, в 87 предоставивших сведения странах 19 процентов женщин в возрасте от 15 до 49 лет заявили, что в 12-месячный период до проведения обследования они подвергались физическому и/или сексуальному насилию со стороны интимного партнера» [3]. Навряд ли известна статистика о домашнем насилии в наших странах, так же как и учет женской неоплачиваемой домашней работы и уход за членами семьи.

По данным ООН время, затрачиваемое на домашнюю работу, объясняется в значительной степени гендерным разрывом в сфере неоплачиваемого труда. Представленность женщин в однопалатных национальных парламентах или в нижних палатах национальных парламентов, как и на руководящих должностях, в России и Казахстане также далека от ведущих стран.

В проанализированных в статье шести целей устойчивого развития мира до 2030 годов, видны возможные сценарии улучшения жизни в двух странах: России и Казахстане. Для одного из авторов (Г.К. Уразалиева) обе страны неразрывно важны, ибо Казахстан является родиной, а Россия домом.

Поэтому мы предлагаем новые практики реализации этих 17 целей ООН через проект РОДИВ, призванный просвещать через каналы СМИ, интернет, родительские сообщества в детских садах и школах, в итоге весь мир взрослых, чтобы счастливым рос мир детства. Чтобы это стало реальностью надо, чтобы все взрослые формировали у себя позицию развивающегося родителя.

Таблица 1

### Родитель в разных пространственно-временных координатах

Родитель в традиционной системе общения и семье	Родитель в развивающем общении с детьми
1	2
Довольствуется объяснениями и иллюстрациями своих родителей, (бабушек-дедушек), воспринимая их как истину в последней инстанции, апеллируя к авторитету этнических или конфессиональных традиций в воспитании детей (Библия, Коран, Тора, Домострой и т.д.), или к узкосемейным традициям.	Под руководством раннее всех авторитетных для взрослого человека учителей школы и преподавателей вуза, собственных родителей-бабушек-дедушек, с возрастающей степенью самостоятельности прослеживает генезис научного знания о воспитании своего ребенка (вопрос «откуда мы это знаем?» является вполне естественным для такого родителя).
Сравнивает значительное число примеров общения с детьми внутри своей семьи с целью установления сходства, после чего получает требуемое словесное определение (чаще – в готовом виде от своего родителя, бабушки-дедушки).	Задолго до статуса родителя, в идеальном плане, примеривает на себя будущее родительство, выявляет искомую закономерность на базе научного анализа, критически осмысливает опыт семейных традиций, рефлексировать над опытом общения с родителями в детстве. Выстраивает модель общения со своим ребенком, апеллируя к не одним-двумя случаями (свой и супруга/и) способами общения с детьми, а овладевает общим способом решения задач данного типа, изложенных в психологии.

*Продолжение таблицы 1*

Родитель в традиционной системе общения и семье	Родитель в развивающем общении с детьми
1	2
<p>Путает тактические задачи (на выстраивание ежедневного питания ребенка) и стратегическую задачу на выведение правила рационального питания, закладывающего ЗОЖ).</p>	<p>Умеет выделить специфически тактическую задачу питания ребенка как части долгосрочного и стратегического закладывания нормы рационального питания, ведущего к ЗОЖ, к поддержанию оптимального веса ребенка в разные возрастные периоды (минус дистрофия, анорексия или ожирение) из общего «потока» продуктов, предлагаемых индустрией промышленного питания. Такой родитель может преобразовать конкретно-практическую задачу «быстро накормить ребенка» в научно-обоснованный подход, проявляя в этом инициативность</p>
<p>Растрчивает силы и время на бессистемные пробы в общении с ребенком, тратя силы и нервы на его капризы, прибегая к мерам физического и психического воздействия, порой насилия над ребенком, ссылаясь на авторитет родителей, которые « в детстве меня пороли и ничего страшного, я вырос нормальным человеком»</p>	<p>С самого начала вырабатывает гибкую стратегию (теоретический замысел) ненасильственных форм общения с детьми, запрещая физическое и психическое воздействия, подавляющие личность ребенка. Самостоятельно тренируется в овладении компетенции постоянного доброго и умного общения с детьми.</p>
<p>Копирует некритически образцы, задаваемые своими родителями, друзьями, соседями, авторитетами в своем ближайшем социальном и виртуальном окружении. Толерантен к табакурению и употреблению алкоголя в семейном кругу в присутствии детей. Не осознает пагубной зависимости и влияние своего примера на подрастающих детей. Следует лишь словесным запретам для детей употребления табака, алкоголя, наркотиков.</p>	<p>Пристально анализирует основания чужих и своих собственных действий (при этом сомнению и критике может подвергаться и позиция родных бабушек-дедушек, воспитателей детских садов и учителей школы, если родитель находит ее недостаточно обоснованной). Собственным примером отказа от табакокурения и алкоголя воспитывает детей.</p>

Продолжение таблицы 1

Родитель в традиционной системе общения и семье	Родитель в развивающем общении с детьми
1	2
Является заложником стереотипов о «мужских» и «женских» ролях в семье. Добровольно поддается контролю и одобрения референтной группы – своих родителей, родни, подруг и соседей, церкви, или интернет-сообщества на форумах, типа «Леди.ру» за правильным распределением женских и мужских ролей в семье.	Способен сам адекватно контролировать и оценивать успешность выстраивания детско-родительских отношений в семье, в детском саду и школе своего ребенка. Толерантен к равноправным отношениям в семье между супругами, отказывается от стереотипов прошлого и закрепления сугубо женских и мужских ролей в семье. Выступает и демонстрирует на практике модели гендерного равенства.
Испытывает невротический страх перед ошибками в общении с детьми.	Рассматривает ошибки как «лишний повод» для рефлексии и, следовательно, как потенциальные точки роста новой мысли (учится на своих и чужих ошибках, на своих первом и втором ребенке)
Отвечает на вопросы ребенка «в порядке поступления или отчета».	Иницирует диалоги и дискуссии с ребенком, побуждает его к формулированию вопросов, растит маленького «почемучку», помогает ребенку сейчас и в будущем включаться с учителем и одноклассниками в свободное в коллективное обсуждение учебных и коммуникативных проблем.
Смодит на общение с ребенком как на обременительную повинность, предзаданную позицией родителя.	Радостно переживает труд самореализации в родительской жизни, строит личность ребенка, готовую к самостоятельной жизни во взрослом мире, с пониманием, что воспитание ребенка это и есть самое главное творение его собственной жизни.

Как мы видим на опыте развивающего образования и общности, имеющегося в современной России, возможно усилиями всех институтов образования, здравоохранения, правовыми механизмами защиты прав материнства и детства, а главное целерациональным отношением взрослых добиться к 2030 году устойчивого роста в реализации 17 целей ООН в данном проекте.

УДК 130.2: 008.340.131

Чаплай И.В., Лебедева Н.А.

**Реализация целей ЮНЕСКО для устойчивого  
государственного управления в Украине**  
*(сохранение экосистем суши – заповедник «Аскания-Нова»)*

Традиционно в мире 16 ноября отмечается День создания ЮНЕСКО. В этот день 1945 года, после окончания Второй мировой войны, был принят Устав Организации как специализированного учреждения ООН в области образования, науки и культуры. Сегодня ЮНЕСКО является наиболее представительной международной организацией, которая объединяет 195 стран-членов [2].

Украина присоединилась к ЮНЕСКО 12 мая 1954 года и с тех пор активно участвует в ее деятельности.

Четырежды Украина избиралась в руководящий орган организации – Исполнительный совет, последний раз на период до конца 2017 года [4].

Как известно, у ЮНЕСКО существует 17 целей устойчивого развития для преобразования системы государственного управления стран и мира, в целом: 1) Ликвидация нищеты; 2) Ликвидация голода; 3) Хорошее здоровье и благополучие; 4) Качественное образование; 5) Гендерное равенство; 6) Чистая вода и санитария; 7) Недорогостоящая и чистая энергия; 8) Достойная работа и экономический рост; 9) Индустриализация, инновации и инфраструктура; 10) Уменьшение неравенства; 11) Устойчивые города и населённые пункты; 12) Ответственное потребление и производство; 13) Борьба с изменениями климата; 14) Сохранение морских экосистем; 15) Сохранение экосистем суши; 16) Мир, правосудие и эффективные институты; 17) Партнерство в интересах устойчивого развития.

**Цель статьи** – описать деятельность ЮНЕСКО в Украине сквозь призму реализации целей устойчивого развития государственного управления для преобразования мира, описав объект пятнадцатой цели «Сохранение экосистем суши» – уникальный заповедник Херсонской области «Аскания-Нова».

В список всемирного наследия ЮНЕСКО включены семь украинских объектов. Среди них самые красивые и самые известные, уникальнейшие образцы природного, культурного и архитектурного наследия [2]. Это такие памятники: «Собор Св. Софии, Киево-Печерская лавра и прилегающие монастырские сооружения» (с 1990 года), Исторический центр города Львов (с 1998 года), Геодезическая «Дуга Струве» (с 2005 года), «Резиденция Далматинских и буковинских митрополитов» (сейчас – Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича) (с 2011 года), «Древний город Херсонес Таврический и его хора» (с 2013 года), «Деревянные церкви Карпатского региона Украины и Польши», совместная украинско-польская номинация (с 2013 г.) [4], естественный объект: «Буковые леса Карпат и древние буковые леса Германии» (с 2011 года) [3].

Биосферные заповедники – «Черноморский», «Аскания-Нова», «Карпатский», «Дунайский», «Шацкий», «Деснянский», «Расточье» и трансграничные заповедники «Дельта Дуная» и «Восточные Карпаты» включен во Всемирную сеть резерватов ЮНЕСКО [4].

Термин «резерват» (*лат.* *reservatum* – сохраненное) (офици.), согласно Большому толковому словарю современного русского языка Д. Н. Ушакова – заповедник, территория, где природные богатства (животные и растения) находятся под особой охраной правительства [5].

Авторам данной статьи хочется познакомить коллег с Биосферным заповедником «Аскания-Нова», который принято называть Жемчужиной Таврии. Он расположен в Херсонской области. «Многие века лишь бескрайнее море ковыля, да степные кочевники носились по просторам древней Таврии. В середине XIX века здесь, в Северном Причерноморье, возникло немецкое поселение Аскания-Нова, где один из его владельцев – Фридрих Фальц-Фейн, большой любитель природы, создал комплексный оазис в степи – «маленький рай», ставший со временем знаменитым на весь мир пристанищем для зверей» [1, с. 1].

Уникальность этой заповедной зоны состоит в её рукотворности. Ведь чудеснейший парк в степи, где отсутствовала вода, где почвы не были плодородными изначально, был создан дендропарк человеческими руками. Здесь можно увидеть систему

орошения, которая построена вручную более 100 лет назад и функционирует до сих пор! Здесь можно увидеть «цветы, травы и птиц, зверей, насекомых целинной типчаково-ковыльной степи, поляны, опушки, пруды и цветущую экзотическую флору дендропарка, собранную со всех континентов, сокровища зоопарка – коллекции птиц и млекопитающих из Африки, Австралии, Америки и Евразии, нашедших на просторах Аскании-Нова свою вторую родину» [1, с. 1]. Редчайшие образцы мировой флоры и фауны поддерживаются работой научных сотрудников специально созданной научно-исследовательской лаборатории. Аскания-Нова заслуживает внимания и поддержки ЮНЕСКО в рамках сохранения культурного наследия человечества. В качестве реализации пятнадцатой цели «Сохранения экосистем суши» – Аскания-Нова полностью соответствует наследию всего человечества. «Степной заповедник «Аскания-Нова» – это единственный сохранившийся в Европе участок первозданной типчаково-ковыльной степи, естественный природный эталон этого вида степей и бесценный источник для научных исследований. Они же позволяют оценить мудрость природы, собравшей на небольшом участке земной поверхности сотни видов различных растений и животных, которые образуют единый организм степной экосистемы, бесконечно воспроизводящей самую себя» [1, с. 14].

Биолог-природоохранник, фотограф и путешественник Василий Владимирович Климов, который последние 40 лет работал почти во всех странах вокруг Индийского океана, нашёл своё призвание в заповеднике «Аскания-Нова», где проживает почти 20 лет «в мире бизонов, лошадей, страусов, антилоп и зебр». Он – участник пяти международных конгрессов, автор 750 статей и 30 книг о заповедниках мира, о животных, живущих в Африке, Америке и Евразии. В своих трудах, посвященных Таврии В. Климов много пишет об истории создания заповедника «Аскания-Нова», о человеке, который вложил в него всю свою жизнь – Фридрихе Фальц-Фейне. «Именно он первым в мире завёз в Европу последнюю дикую азиатскую лошадь, которая впоследствии сохранилась именно в неволе! Он сумел на своей степи натурализовать исчезнувших там в своё время сурков-байбаков, сайгаков и коз, получил приплод от диких лошадей, антилоп, страусов и многих редких животных, организовал кольцевание пролётных

птиц, создал богатейший зоопарк, а при нём – уникальный зоологический музей» [1, с. 9]. Фридрих Фальц-Фейн был настоящим сподвижником науки, содействовал её развитию – он поддерживал исследования профессора И.И. Иванова по искусственному осеменению, предоставив ему в 1904 году свои стада и животных зоологического парка для исследований. Со временем (в 1910 г.) на этой базе образовалась зоотехническая станция, а позже, в 1916 г., появилась Опытная станция по овцеводству. В марте 1917 года Фридрих Фальц-Фейн выехал из Аскании в Москву, а оттуда в Берлин. Его мать – Софья Богдановна, не захотела покидать родное поместье и была «зверски растерзана «революционными» массами местных крестьян» [1, с. 10]. В 1920 году Фридрих скончался от остановки сердца, которое не выдержало разлуки с делом всей его жизни. Поместье было национализировано. «Дальнейшая судьба Аскании была очень трудной и бурной. Она проходила под знаком борьбы за её владение различных властных ведомств, которые видели во всём этом не более, чем барские забавы, и стремились прибрать к своим рукам, поставив «экзотику на службу народу»» [1, с. 11]. В 1984 году Аскания-Нова была официально признана заповедником и вошла в сеть международных биосферных резерватов. «А недавно заповедник избавился от многолетней тягостной опеки одноименного сельскохозяйственного института и получил имя своего основателя – Фридриха Фальц-Фейна» [1, с. 11].

«Степная целина Аскании-Нова была первой заповедной зоной России. В 1898 году участок 520 десятин девственной степи был выведен Ф. Фальц-Фейном из хозяйственного пользования и вот уже более 100 лет он сохраняется в естественном состоянии. Сегодня в заповеднике из существующих 11 тыс. га целинной степи, 2,5 тыс. принадлежат зоопарку и на них выпасаются стада диких копытных. Асканийская степь представляет собой совершенно не расчленённую, образованную третичными морями равнину, с еле заметным уклоном в сторону Сиваша» [1, с. 15].

«Сегодня на территории заповедной степи обитает около 1,5 тысяч видов беспозвоночных животных и 160 видов позвоночных, в том числе 28 видов млекопитающих, 100 видов птиц, из которых 21 вид гнездиться в условиях плакоров, 6 видов рептилий и 4 – амфибий» [1, с. 23]. «Географическое положение Аска-

нии-Нова – между Сивашом и дельтой Днестра, недалеко от мелководных морских лиманов, определяет то, что мириады птиц пролетают над нею два раза в год, осенью и весной, а многие из них остаются здесь на зимовку и даже на гнездование» [1, с. 26].

Василий Климов отмечает, что на протяжении сотни лет в Аскании создавались условия для остановки перелетных птиц на прудах в любое время года, их кормления и гнездования. Для этого на прудах создаются искусственные острова, где устанавливаются домики-гнезда, птиц круглогодично подкармливают, а зимой ещё и организывают обширную полынью с чистой водой. Птицам, пойманым или завезённым извне подрезают крылья и стимулируют к выведению потомства. Если кто-то из них не хочет или не может сидеть на яйцах, как, например, чёрные лебеди или австралийские страусы, то их яйца забирают в инкубатор, который работает круглый год. «Птицы Аскании-Нова составляют ценный живой генофонд мировой фауны. Он широко используется для экспериментов, научных исследований и обогащения других охотничьих и зоологических хозяйств» [1, с. 27].

«На сегодня из более, чем 80 видов млекопитающих, содержащихся и изучаемых в разное время в зоопарке, более, чем 20 – занесены в международные Красные Книги. Причем, это животные не только из Евразии, но и из Африки и Америки. По этим видам различные зоологические Центры мира ведут специализированные Племенные книги, определяющие стратегии их сохранения. Они включают в себя изучение биологии вида, стимуляцию размножения, разведение по линиям, международные обмены и т.д., с последующим возвращением животных в Дикую Природу. Каждый год на пастбищах зоологического парка содержится до тысячи и более диких копытных, 20-30 видов, а на свет появляется около двухсот малышей! Из всех, по 2-3 особи мы можем увидеть на зоопарковском маршруте, в обширных вольерах» [1, с. 41].

Поскольку основатель «Аскания-Нова» очень сильно любил животных, стараясь сохранить и преумножить редкие виды, то в 90-х годах XIX века Фридрих Фальц-Фейн поставил перед собой цель – первым в мире получить диких азиатских лошадей, открытых Н. М. Пржевальским. «Он организовал три дорогостоящие экспедиции в Азию и его агенты сумели отловить и привезти в

Асканию нескольких жеребят, давших основу Старой Асканийской линии диких лошадей в неволе» [1, с. 62]. Сегодня в зоопарках мира, пишет в своём исследовании В. В. Климов, культивируются в неволе более тысячи диких лошадей, 120 из которых находятся в Аскании-Нова. «Уже много лет здесь проводится работа с различными линиями диких лошадей: новой асканийской, геллакбрунковой и американской. У малышей и взрослых берётся кровь, ведётся учёт рождаемости, определяются пары и группы для размножения, производится обмен с другими зоопарками мира. В каждом загоне обитает своё стадо под руководством табунного жеребца, который тщательно оберегает свою территорию и издаലെка встречает чужаков» [1, с. 63]. Василий Климов акцентирует внимание на том, что основная цель в деле сохранения диких лошадей заключается в их возвращении в дикую природу. «И вот, в 1992-93 гг. два десятка лошадей, вместе с группами из Нидерландов и Чехии, были отправлены в Монголию и основали первые полувольные популяции. В просторных центрах Хустайн-Нуру (под Улан-Батором) и Тахи-Таль в Джунгарии они дали несколько десятков жеребят, родившихся уже на своей исторической родине!» [1, с. 63].

Потрясает своим величием всех, кто приезжает на экскурсию в Заповедник, Дендрологический парк. Это рукотворный оазис под палящим степным солнцем. Слова Василия Климова, как нельзя лучше, описывают состояние пребывания на Асканийской земле: «Мы подходим ближе, и вот уже видны отдельные деревья, пруды и каналы с хрустальной водой, тенистые поляны с фазанами и изогнутые аллеи. Перед нами – дендрологический парк. Владелец Аскании-Нова хотел создать у себя «маленький рай» и это ему удалось в полной мере. Проект дендропарка разрабатывал французский художник-пейзажист Дю Френ. Подготовительные работы по закладке парка были начаты в 1885 году, а к 1887 уже началась посадка. Этот год и стал годом основания парка. Для того, чтобы саженцы принялись на солонцеватых почвах, землю под будущими куртинами перекапывали на глубину до 1 метра. Саженцы вместе с комком земли, на волах и лошадях свозились не только с просторов Украины и Крыма, но и из-за рубежа. Ради сохранения насаждений ставились ветрозащитные щиты, обеспечивалось затенение, подпушка земли под стволами

и обильный полив. В 1890 году в парке были пробиты 2 артезианские скважины глубиной до 50 м, а в 1892 году появилась водонапорная башня» [1, с. 66]. В водонапорной башне вода подогревалась и затем поступала к растительности по системе микроканалов. «Эта система водоснабжения парка просуществовала собственно до сегодняшнего дня, обеспечивая живительной влагой парковые насаждения. Водонапорная башня выполнена в виде старинного готического замка – с бойницами, башнями и стрельчатыми окнами. До самого верха она увита изумрудным виноградником, который осенью переливается бордовыми и алыми языками» [1, с. 67]. «Сегодня экзотическая башня уже передала свои водораспределительные функции современной стандартной башне, но по-прежнему украшает собой парк. Посадка растений производилась под руководством украинского художника-садовода В. И. Владиславского-Падалко. К 1893 году основные посадки дендропарка на площади 28 га были закончены. Всего было высажено около десяти тысяч деревьев и кустарников, более, чем 220 видов. В 1889 году на Всемирной выставке в Париже первому орошаемому парку в степи Таврии была присуждена Золотая медаль. В 1909-1914 гг. художник-пейзажист В. Д. Орловский окаймил отдельные куртины лиственных деревьев хвойными породами – сосной крымской, елью, можжевельником виргинским» [1, с. 67]. С конца XX века парк пополнился новыми видами растений и его площадь увеличилась ещё на 142 га. Сегодня общая площадь Асканийского парка достигает 170 га, а площадь всех древесных насаждений составляет 210 га. Вот такое уникальное место на юге Украины, в Херсонской области в Чаплынском районе, берёт под своё покровительство ЮНЕСКО с целью сохранения экосистемы суши, являющейся ещё и культурным наследием с богатой историей. Это уникальное чудо девственной степи с богатой коллекцией флоры и фауны всего мира, поражающее своей красотой! Здесь можно увидеть гуляющих по парку павлинов и фазанов, полюбоваться на стаи лебедей, а животные тоже живут на воле – в степи, и всё это поддерживается и сохраняется людьми.

**Вывод статьи и перспективы дальнейших исследований.** Таким образом, мы видим яркую реализацию в Украине целей устойчивого развития ЮНЕСКО для преобразования государ-

ственного управления. О каждой из них можно много писать и говорить – это и качественное образование, и сохранение морских экосистем, и партнерство в интересах устойчивого развития. Огромен вклад ЮНЕСКО в сохранение украинского культурного наследия, что есть достоянием всего человечества. Но сохранение экосистемы суши наиболее ярко выражено в зачислении под покровительство организации уникального биосферного заповедника «Аскания-Нова» в качестве резервата ЮНЕСКО.

### Литература

1. Климов В. В. Жемчужина Таврии – Аскания-Нова. Путеводитель. – Херсон: ООО «Тимекс», 2016. – 85 с.
2. Україна – ЮНЕСКО: плідна багаторічна співпраця [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://unesco.mfa.gov.ua/ua/press-center/news/61128-ukrajina-junesko-plidna-bagatorichna-spivpraca> (дата обращения: 03.01.2018)
3. Український проект отримав підтримку Міжнародного фонду культурного розмаїття [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://unesco.mfa.gov.ua/ua/press-center/news/61877-ukrajinskyj-projekt-otrimav-pidtrimku-mizhnarodnogo-fondu-kulyturnogo-rozmajittya> (дата обращения: 04. 01.2018)
4. Участь України у діяльності ЮНЕСКО [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/639> (дата обращения : 05. 01. 2018)
5. Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov-term-64539.htm> (дата обращения: 03.01.2018)

**Чаплай И.В., Лебедева Н.А.**

**Реализация целей ЮНЕСКО для устойчивого государственного управления в Украине** (*сохранение экосистем суши – заповедник «Аскания-Нова»*)

**Аннотация:** в статье показана деятельность ЮНЕСКО в Украине сквозь призму реализации целей устойчивого развития государственного управления для преобразования природы и окружающей среды, в целом, посредством описания резервата – уникального заповедника Херсонской области «Аскания-Нова». Доказано значение ЮНЕСКО в сохранении украинского государственного культурного наследия, что есть достоянием всего человечества.

**Ключевые слова:** государственное управление, биосферный заповедник «Аскания-Нова», сохранение экосистем суши, ЮНЕСКО, цели устойчивого развития.

**Chaplay I.V., Lebyedyeva N. A.**

**Abstract:** The article shows UNESCO's activities in Ukraine through the prism of realizing the goals of sustainable development of public administration for the transformation of nature and the environment, in general, by describing the reserve – the unique reserve of the Kherson region, Askania-Nova. The importance of UNESCO in preserving the Ukrainian state cultural heritage is proved, which is the property of all mankind.

**Key words:** public administration, biosphere reserve «Askania-Nova», conservation of terrestrial ecosystems, UNESCO, sustainable development goals.

**Чаплай И.В., Лебедева Н.А.**

**Аңдатпа:** «Askaniya Nova», бірегей табиғи резерваты Херсон облысы мақала резерв сипаттайтын арқылы, табиғат қайта және тұтастай алғанда қоршаған орта үшін мемлекеттік басқару тұрақты даму мақсаттарына аясында Украина ЮНЕСКО жұмысын сипаттайды. ЮНЕСКО-ның украиндық мемлекеттік мәдени мұраны сақтаудағы маңыздылығы – бүкіл адамзаттың меншігі болып табылады.

**Түйін сөздер:** мемлекеттік басқару, биосфералық қорық «Askaniya-Nova», үсті экожүйесін, ЮНЕСКО және тұрақты даму сақтау.

## Глава II. PR И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Адилова Л.Ф.

### Процесс создания имиджа и поддержание образа лидера в СМИ

Смысловое наполнение образа лидера зависит от объективных и субъективных факторов. Объективные факторы в массовом сознании формируются под воздействием представлений. Смысловое наполнение образа лидера позволяет определить составляющие внешнего и внутреннего имиджа. Это видение претворяется в брендовые коды, предпочтительные модели развития, картины мира, взгляды на место в нем своей лидера, в деление государств на дружественные и нейтральные. Кроме того, оно может стать одной из основ формирования образа лидера за рубежом. Поэтому информирование внутренней и внешней общественности о процессах, происходящих в стране, нуждается в государственной поддержке с целью формирования образа.

Понятие «имидж» имеет много различных определений. Краткий психологический словарь под редакцией А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского определяет имидж как стереотипизированный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании. Как правило, понятие имиджа относится к конкретному человеку, но может также распространяться на определенный товар, организацию, профессию и т.д.

Среди теоретико-методологических основ исследования понятий «образ» и «имидж» – нахождение подходов к определению этих категорий через изучение стереотипов, использование их коннотаций, расширение и трансформация образа в имидж.

Основная цель процесса создания имиджа заключается в том, что изменения внешности и поведенческих стереотипов, составляющих основу индивидуального имиджа, должны проводиться параллельно с коррекцией негативных психоэмоциональных состояний и сочетаться с гармонизацией психологического статуса

человека. Существует высокоэффективная технология процесса создания имиджа посредством телесно ориентированной арттерапии и личностно-центрированной психокоррекционной работы с учётом психологических закономерностей взаимосвязи духовной сущности и внешнего облика человека.

Первый этап глубинного процесса создания имиджа, когда моделируется эталонный образец клиента, включает: описание и обоснование клиентского запроса на процесс создания имиджа, а также разработку идеального имиджа с учётом ментальности субъекта, его антропологических, поло-возрастных, внешне эстетических данных, духовно-нравственного, личностно-субъектного, профессионального уровня развития, социальной зрелости, степени сформированности имидж-предпочтений, наличия реальных возможностей их реализуемости и пр. Второй этап глубинного процесса создания имиджа включает материализацию новых элементов имиджа, их интеграцию в интра- и интерпсихические пространства клиента, овладение новыми поведенческими стереотипами и автоматизмами; а также синхронную объективизацию самооценки, коррекцию непродуктивных психоэмоциональных состояний, маргинальных деструктов, невротических комплексов, поведенческих реакций, вербальных и невербальных компонентов общения, поведенческих стереотипов; выработку устойчивых навыков конструктивного взаимодействия, перестройку системы отношений и самоотношений; индивидуальный подбор средств самовыражения, позволяющих раскрыть внутренний потенциал человека (например, манера поведения, одежда, причёска, макияж, аксессуары и другие); повышение уровня саморегуляции, адаптированности человека к быстро изменяющимся условиям его жизни; моделирование индивидуального стиля поведения в различных жизненных ситуациях; овладение технологией защиты имиджа в конфликтных ситуациях и т.д., в совокупности обеспечивающих гармонизацию психологического статуса индивида, его внутреннего мира с внешним обликом и поведением. Таким образом, основная задача второго этапа – повысить конгруэнтность имиджа (обеспечить соответствие внутренних чувств и переживаний человека его поведению, разрешить внутриличностные конфликты, объективировать самоотношения и др.) входит в процесс создания имиджа в качестве важнейшей

задачи, определяя его успешность степенью соответствия предлагаемой имидж-модели ментальности клиента, жизненным планам и намерениям. Третий этап процесса создания имиджа – обучение клиента приемам собственного создания имиджа и способам создания вокруг себя имидж-ориентированной среды. Это происходит в процессе информационных сообщений, рассказа, показа, демонстрирования необходимых элементов собственного создания имиджа и различных видов имидж-тренингов (например, социально-психологический, коммуникативно-ролевой, операционный, инновационно-рефлексивный, коммуникативной компетентности, психотренинг и др.), способствующих усвоению новых стереотипов поведения и самовыражения.

Эмоционально окрашенный образ имеет характер стереотипа. Стереотип (с греч. *stereos* – **твердый** и *typos* – **отпечаток**) – упрощенный, схематичный образ социальных объектов, обладающей устойчивостью. Термин «стереотип» ввел в научный оборот Уолтер Липпман. В работе «Общественное мнение» он описал стереотип как явление обыденного сознания, основанное на стремлении человека подвести разнообразие окружающего его мира под определенные категории и облегчить восприятие, понимание и оценку окружающих явлений. Липпман выделил характеристики стереотипа. Так, он возникает на основе опосредованного восприятия объекта.

Стереотип включает в себя знание и отношение. Когда у индивидуума недостает знаний о социальных объектах, часто преобладают эмоционально окрашенные отношения. В посттоталитарных переходных обществах в условиях дефицита разносторонней и достоверной информации стереотип является единственным мерилем субъекта политики и выполняет компенсаторную функцию. Стереотипы способствуют функционированию традиции и привычек.

Принятие стереотипа, разделяемого на группы, дает его носителю ощущение принадлежности к группе, представление о своем социальном положении, облегчает идентификацию с референтной группой. К тому же явление стереотипизации – характерная черта переработки внешнего воздействия. Она связана со стремлением личности разделить полученную информацию, усвоить ее. Естественно, что для этого необходимы критерии. На

уровне обыденного сознания ими становятся характерные, бросающиеся черты явления.

Сознание человека стремится упрощать критерии с тем, чтобы расширить рамки категорий, в которые удалось бы вместить как можно больше явлений. Человеку свойственно искать общее в разном, обобщать познанное. Стереотипизация – особая форма подведения под те или иные категории фактов, событий и т.п. Ее специфика в том, что негативы подчеркиваются, предвзятые представления эмоционально окрашены, не подлежат изменению.

Стереотипы действуют на формирование нового эмпирического опыта, они наполняют свежее видение старыми образами и накладываются на мир, который мы воскрешаем в памяти. Хотя адекватность стереотипов чрезвычайно лабильна, они возникают от намеков, которые могут варьироваться от правдивого обоснования до смутных аналогий. У.Липпман считал, что существует только действительность, которая отражена в средствах массовой коммуникации. Последнее создает некий «псевдомир», «виртуальную реальность», которая представляется человеку истинным миром. Окружающий мир большинство людей воспринимают через призму своих эмоций, привычек и предрассудков; они чаще видят то, что хотят, и то, что образование и опыт им позволяют видеть.

Стереотип делит мир на две области – «известные» и «неизвестные». «Известные» – «хорошие», «неизвестные» – «плохие». Стереотип, таким образом, несет в себе оценочный элемент, выступающий в роли установки, эмоционального отношения. Именно эмоциональная оценка явления или субъекта – стимул для мыслительной и моторной реакции.

Выделяют четыре основные функции образов лидеров:

1. Коммуникативная функция – заключается в формировании политико-психологической связи между субъектом и объектом коммуникационного взаимодействия.

2. Оценочная функция – состоит в формировании отношения к политическому лидеру и занимаемой им должности, как на рациональном, так и на иррациональном уровне

3. Мотивационная функция – то есть, обеспечение поддержки политической деятельности лидера, в том числе через формирование определенных механизмов политического поведения граждан.

#### 4. Функция построения имиджа.

Понимание и использование концепта «образ» практически невозможны без представления контекстов его развития и функционирования в социо-культурной среде. С опорой на социально-политические стереотипы реализуется три коммуникативных функции имиджа лидера.

*Первая* – облегчить аудитории восприятие информации о государстве. Массовое сознание не может воспринимать всю информацию; управление информацией дает ему ключевую информацию, параметры, характеризующие лидера.

*Вторая функция* – обеспечить режим благоприятствования восприятия государства, проецируя на аудиторию его характеристики, предпочтительные в конкретной национально-культурной среде. *Третья функция* – подготовить почву для формирования установки на правильный выбор целевой аудитории моделируемого образа государства. Целевая аудитория помогает исследовать архетипические структуры, влияющие на формирование нацио- и этно-центричных суждений. Стремление сконструировать образ мира сквозь призму представлений субъекта о самом себе позволяет в имиджевой политике ограничиваться сообществами, которые вовлечены в различные формы взаимодействия с данной средой. В этом смысле имидж лидера не единственный элемент ее образа. Он складывается из представлений об особенностях поведения и менталитета, с которыми ассоциируется национальный характер. Сталкиваясь с человеком, принадлежащим к определенной этнической группе, благодаря стереотипам сознания, мы ожидаем конкретного поведения. Например, можно услышать такие определения: «русские трудолюбивые, добрые, любят простые и прямолинейные решения, простодушные и хлебосольные». Или: «казахи мудрые, терпеливые, гостеприимные, привержены традиционным ценностям, но и обескураживающему чиновничеству к первому лицу государства». Эти представления черпаются, как правило, из достижений национальной культуры и духовного наследия, из знаково-символической иерархии ментальных маркеров. Представления о внешнем образе государства и народа укоренены в ассоциациях и стереотипах, связанных с миром материальной и духовной культуры. Данный подход позволяет рассмотреть образ и имидж лидера через восприятие внешним миром.

Стереотипы управляют процессом восприятия имиджа лидера, включены в процесс социального познания. Теории символического интеракционизма и феноменологической социологии позволяют расширить его трансформацию: стереотипы унифицируют эталоны восприятия, оценки и эталоны поведения по отношению к отражаемому в стереотипе явлению. Функциональность стереотипов отмечают исследователи этого феномена. Так, по мнению Э. Фромма: «людям кажется, что это они принимают решения, что это они хотят чего-то, в то время, как в действительности они поддаются давлению внешних сил, внутренним или внешним условиям и «хотят» именно того, что им приходится делать». Стереотип дает человеку ощущение ситуации, этические критерии ценности, чему способствуют специалисты «по разъяснению», «установлению истины», «специалисты по выявлению мотивов». В стереотипе практически не важен гносеологический аспект, познание действительности. Важнее его социально-функциональный, оценочный элемент, установка, ценности, но не истина. Человека, который разделяет стереотип, он черпает в стереотипе групповую оценку явления и строит свое поведение в соответствии с ней.

Социально-психологический стереотип в политической деятельности жестко детерминирован, однозначен, оценочный элемент стереотипов выражается в установке, не в рациональном осмыслении. Он строится часто на бессознательных ассоциациях. В концептуализации имиджа лидера мы рассматриваем его как эмоционально окрашенный образ, имеющий коммуникативную структуру, полифоничность смыслов, установок, детерминируемых культурой, традициями поведения и мышления, с которыми ассоциируется национальный характер.

Данные социально-психологических, политических и других составляющих имиджа, полученные путем экспертных опросов, контент-анализов, фокус-групп и наблюдений в России и Казахстане, могут быть представлены в виде типологии и механизмов формирования имиджа лидера. Разрабатывая типологию, автор учитывал опыт выделения особенностей страновой идентификации, образ Казахстана в представлениях россиян, представления субъекта о самом себе с позиции концепции этноцентричных суждений и путей трансформации образа в имидж.

То, что основано на стереотипе, обозначает комплекс отдельных качеств, предполагая, что узнаваемые характеристики лидера есть в действительности. Некоторые из типологий подчеркивают роль ведущего свойства, организующего вокруг себя остальные характеристики; другие акцентируют комбинации качеств. Одни типологии базируются на теоретических положениях и ментальных структурах, другие – на эмпирических данных, наблюдениях в этнополитической культуре и среде. В их рамках образуются взаимосвязи знаково-символических иерархий и пограничные ментальные маркеры. Несмотря на различия, типологии обладают общими чертами: а) они намечают рамки, в пределах которых находится место для любой лидера; б) типы состоят из набора особенностей, генезиса образов: определение типов зависит от единственной имидж-формирующей доминанты; в) типология должна сохраняться и в драматических изменениях жизни народа. Классификация тяготеет к постоянным структурам, к формированию сбалансированного образа. Это многоуровневое и многополюсное образование, в нем особое место заняла геополитическая идентичность лидера.

Проблема образа и имиджа лидера – мало изученная тема политической социологии. В рамках данной специализации можно выделить четыре *взаимосвязанных направления* исследовательского интереса. ***Первое*** включает работы по методологическому анализу образа и имиджа ***в рамках модели персонализации***.

Эволюция теорий имиджа политических лидеров иллюстрирует путь научного знания в постижении этого феномена. Политико-философские системы древности характеризуются нормативным подходом к образу правителя: они формируют нравственные черты как политические требования к лицам, стоящим на вершине власти. Важным постулатом древних является представление о качествах лиц, способных осуществить государственное управление. По Конфуцию, основанием демаркации между теми, кто размышляет и управляет, и теми, кто трудится и повинуется, выступают не знатность или материальный достаток, а знания и добродетели, важнейшие из которых – гуманность и чувство долга.

В эпоху Возрождения попытку рассмотрения политического господства, государственной и политической власти предпринял Н. Макиавелли. Его «Государь» и «История Флоренции» полны

наблюдений о механизмах властвования, технологиях построения имиджа и коммуникации правителя с народом. В научный оборот им введены понятия способов властвования, классифицированные на три группы: принуждение, убеждение, создание стимулов. В основе каждой из них – разные средства и механизмы. Ресурсы власти создаются за счет «конвертирования» физических ресурсов (сила и другие способности, географические преимущества), символических посредников из смежных с политикой сфер: денег – из экономики, влияния – из социальности, ценностных привязанностей – из культуры.

В контексте притязаний на власть немногие исследователи изучали феномен имиджа политического лидера. Это направление открыл Г. Лебон, рассматривавший имидж лидера как эмоционально окрашенный образ. По его утверждению, основной чертой образа лидера является его «личностное обаяние» и вера последователей в его «абсолютную непогрешимость». Личностное обаяние является основной чертой образа лидера. Сила воздействия лидера на массы иногда кажется просто мистической. Описывая этот феномен Г. Лебон отмечал, что толпа всегда, а индивиды весьма часто нуждаются в готовых мнениях относительно всех предметов.

Психологическое обоснование феномена лидерства стремился дать В. Парето. Черты лидера рассматриваются им в контексте требований среды и политической ситуации, в которых проявляются конкретные свойства политических лидеров. И сами они трактуются не в смысле взаимодействия лидера и последователей, а как норма выражения, завоевания и осуществления господства элитными группами, использующими в этих целях государственные политические институты.

В. Парето предложил инструмент определения критерия принадлежности к среде избранных, сделав акцент в интерпретации термина «элита» на личностно-психологическом аспекте: «Я употребляю слово «элита» в его этимологическом смысле, подразумевая наиболее сильных, наиболее энергичных и наиболее способных». Другой концепт теории Парето – признание закономерности смены типов и образов политических лидеров. Вслед за Н. Макиавелли он идентифицирует лидеров, опирающихся на силовые ресурсы власти, с «львами», а тех, кто проявляет гибкость

и пластичность, – с «лисами». Образы, с помощью которых выстраивается взаимодействие элит и масс, фиксируют и отражают представления об акторах политического поля, которые формируются общественным сознанием и вызовами истории.

Начало XX в. стало вызовом к образу политика. Г. Лебон на исходе XIX в. предупреждал: «Наступающая эра будет эпохой масс», а Х. Ортега-и-Гассет констатировал наступление эпохи «*восстания масс*», усматривая ее как свидетельство заката цивилизации и культуры в результате утверждения олицетворяемого массой профанического начала.

Значительное влияние на исследования образа лидера и проблемы имиджа оказали труды М. Вебера. У него феномен харизматического воздействия основан на образе лидера, которому приписываются божественные способности. Взаимоотношения между ним и массой носят эмоционально-мистический характер. Харизматическая власть основана не на должности, статусе, а вытекает из способности конкретной личности вызывать и поддерживать веру в себя как источник легитимности. Объект харизмы – личность лидера, его исключительные способности и качества. Харизматическое воздействие образа исторически встречается в разных политических системах.

В последнее десятилетие исследователи персоналистского направления повысили внимание к имиджу политического лидера, его влиянию на социум. Одним из показателей является возрождение интереса к харизме. Так, С. Московичи в характерные черты лидера включает обольщение, способность, дар, который не достается в наследство и нуждается в огранке. Над ним нужно работать, пока он не станет истинным талантом, социально-полезным и применимым. Как гипнотизер, политик является мастером взгляда и художником глаз, инструментов воздействия. Далее С. Московичи советует «поддерживать ощущение загадочности, возбуждать любопытство по поводу своих намерений, особенно необходимо в решающие моменты».

**Второе направление** в исследовании образа и имиджа осуществляется в рамках **маркетинговой модели**. Применение ее для анализа мотивации участников социально-политической коммуникации позволяет использовать теории политического маркетинга, согласно которым имидж лидера должен предъявлять

общественности определенные качества и свойства, становясь ходовым товаром. С этой точки зрения, данная парадигма эффективна. Работающие в рамках теории маркетинга исследователи утверждают, что формирование государственных брендов выступает как относительно самостоятельный процесс, имеющий программу управления системой символов. Бренд лидера представляет собой «товар» со свойствами, характеристиками, возможностями удовлетворения интересов общественности. Имидж бренда, проектируемый с учетом интересов и настроений социума и обеспечивающий конкурентоспособность государства, создается с целью облегчить процедуру «продажи» нового образа лидера.

На каждом этапе развития государства создается новая система символов, новая политическая и культурная идеология, которые каждый раз формируют новый образ лидера.

Российские исследователи А.Н. Чумиков и М.П. Бочаров отмечают, что формирование имиджа – многосубъектный процесс, в ходе которого пригодная для ситуации конструкция проходит через многие фильтры и подвергается искажениям. Без продуманной конструкции создание имиджа приобретает характер бессвязных спонтанных акций, реальное воздействие которых непредсказуемо. Другими словами, важно, чтобы слова, знаки, символы были привязаны к концепции имиджа лидера.

На начальном этапе маркетинг рассматривался как сфера прикладной социологии. Позже появилась концепция социологии маркетинга как рыночной теории политического управления и приспособления производства политического продукта к рыночному спросу. Эпоха потребления сделала главной проблемой управление позитивной известностью и ее продвижение, которые решались в рамках парадигмы, ориентированной на клиента. Маркетинговые коммуникации рассчитаны на превращение образа в имидж, который превращается в бренд.

С точки зрения Е.В. Егоровой-Гантман, существуют три группы составляющих имиджа: персональные, социальные и характеристики, несущие символическую нагрузку. К первой относятся физические, психологические особенности, характер, типаж, индивидуальный стиль. Под социальными характеристиками имеется в виду статус, связанный как с занимаемой официальной позицией, так и с культурно-историческими особенностями,

стереотипами. Со статусом соотносятся модели публичного поведения, достижения лидера в мире. Социальные характеристики включают связь имиджа с социальными группами, чьи интересы он олицетворяет и репрезентирует, с союзниками и открытыми врагами. Символическая нагрузка имиджа лидера выражается в том, что он «становится знаками определенных идеологий, того или другого возможного будущего государства».

Имидж имеет две составляющие – внешнюю и внутреннюю. Во внешнюю входит все, что формирует ядро тождественности, систематически предъявляется общественности. Внешние составляющие резюмируют и подчеркивают достоинства и свойства, которые лидер предлагает миру. Внутренняя составляющая имиджа – это уровень духовного и интеллектуального развития, социального опыта, интересов национального сообщества. Состояние общественных отношений фиксируют институты. В процессе взаимодействия культуры как системы ценностей, ориентаций и предпочтений, и институтов, сводов правил и процедур, регулирующих отношения в публичной сфере, в повседневном опыте людей складываются оценки общества и государства. Такие оценки – источник представлений о «внутреннем» образе лидера. «Внешний» образ пытается объективировать эти представления, пропуская их через оценки роли лидера в мире.

Сложившиеся «внутренние» и «внешние» стереотипы восприятия часто сталкиваются друг с другом. Однако в условиях меняющейся реальности Россия трансформировала облик, стремясь сохранить свою культурную и историческую преемственность.

Отсутствие четких теоретических подходов у большинства изученных нами российских авторов не позволяет выделить изучение образа лидера в область анализа. В большинстве определений содержатся, безусловно, важные, но разрозненные, несистематизированные подходы. Они сыграли позитивную роль в становлении концептуальной базы теории, методологии и практики социологии маркетинга, PR, имиджологии, репутационного и бренд-менеджмента.

**Третьим направлением** исследований образа и имиджа является система теорий, концепций, объединяющих и описывающих PR-деятельность, совокупность научных методов конструирования реальности, расширяющих представления о данном

процессе. Ряд исследователей определяют public relations через имиджевые процессы. PR – это система действий по созданию и поддержанию трансформации имиджа, совокупность целенаправленных информационных контактов с внешним миром.

Общественное мнение стало составляющей управления имиджем в современном мире. Это вызвало к жизни теорию и практику public relations (PR), что мы переводим как «коммуникации с общественностью». Это отрасль знания об искусстве и науке создания делового имиджа (образа) на основе правдивой и оперативной информации. Такие подходы, определяя сущность изучаемого явлениями с различных позиций, позволяют обозначить модель двусторонней убеждающей коммуникации, которая относится к категории отношений взаимного информирования и конструирования согласия в обществе.

PR является попыткой конструировать публичную и общественную поддержку, воздействуя на социум и создавая заданные образы и новую корпоративную мифологию. Созданию новой идентичности – мифологии содействуют присущие PR приемы выразительности, театрализации, эмоциональности, апеллирования к духовным ценностям. Специалистов PR называют торговцами образами в век «тотального промоушина». Паблик рилейшнз как вид политической коммуникации базируется на принципах: «Быть хорошим» (being good) и «быть видимым» (being visible).

С одной стороны, PR изучает закономерности взаимодействия между страной и ее внутренней и внешней средой, с другой – это искусство формирования общественного мнения и социально рентабельного имиджа. «Паблик рилейшнз» – профессионально организованная деятельность по управлению особым рода. Это – адресное управление состоянием общественного мнения, отношениями, осуществляемое ненасильственными (не административно-командными) средствами.

Будучи управленческой технологией и практикой, PR служит институтам, власти, предпринимательству. Для них приоритетна постановка целей, от которых зависят способы осуществления PR. Наиболее эффективен инструмент современного PR – «раскрутка» или «перекручивание» информационных потоков, предполагая управление событиями и новостями, символическим миром, в котором живут люди и который формируется СМИ. Фунда-

ментальная цель «паблик рилейшнз» – установление двустороннего общения для выявления общих представлений, интересов и достижения взаимопонимания, на основах правды, знания, полной (максимально возможной) информированности. Субъекты общественных отношений достигают целей путем презентации своих интересов, завоевания репутации, создания позитивного имиджа, целенаправленного позиционирования.

Таким образом, «паблик рилейшнз» – это технологическая, социальная деятельность, разработка и внедрение технологий конструирования имиджа лидера, проектирования PR-кампаний, корректировки и трансформации общественного мнения. Специалисты, занимающиеся политическим PR, выступают инструментом согласия между властью и обществом, обеспечивая баланс сторон.

Категория компромисса – основа большинства определений связей с общественностью: «искусство и наука достижения гармонии», «архитектура согласия», конструирование диалога и взаимопонимания. Наличие компромисса позволяет судить, есть ли связи с общественностью, применима ли данная технология в решении конкретного вопроса. Между коммуникаторами и реципиентами устраняются преграды, граждане приобщаются к политическому процессу, принятию и реализации решений. Ориентация информационной деятельности показывает, что принципы PR: открытость информации, взаимная выгода коммуникатора и реципиента, опора на общественное мнение, уважительное отношение к общественности и разделяющие их коммуникаторы, – обращены не к потребителю информации, а к личности со своим взглядом на мир и политику.

PR может рассматриваться как отрасль знания, возникшая на стыке ряда дисциплин. PR занимается организацией «коммуникативного пространства современного общества», дает определение Г.Г. Почепцов, относя PR к разряду «коммуникативных дисциплин» и менеджменту коммуникаций.

Функция PR в коммуникациях состоит в кодировании и декодировании сообщения, отсылаемого источником. Обычно источник представляет, как бы он хотел, чтобы сообщение интерпретировалось получателем. Однако результат интерпретации определяется, прежде всего, кодированием, т.е. представлением идеи,

которую стремится донести до получателя источник в кодах или символах. В качестве кодов могут использоваться слова устной и письменной речи, визуальные образы людей, брендов, представителей государственной власти.

**Четвертым направлением**, вбирающим ряд социологических подходов, для изучения имиджа можно выделить метаподходы: имидж в рамках теории социального конструирования реальности; имидж в рамках символического интеракционизма; имидж в рамках конструктивистского структурализма; имидж в рамках концепции Ж. Бодрийяра. Применим здесь и стандартный структурный функционализм в версии Р. Мертона.

Предметное поле социологической теории социального конструирования входит исследование формирования имиджа лидера. Целью социального конструктивизма является выявление путей, с помощью которых коммуникаторы и реципиенты принимают участие в создании и развитии образа государства и народа. Социально конструируемая реальность – динамический процесс, согласно которому имидж лидера воспринимается как сознательно созданная и очевидная реальность. Социальная реальность постоянно создается нами, зависима от нашего сознания и наших представлений, интерпретаций. В рамках феноменологического подхода предметной областью исследования имиджа лидера является совокупность жизненных практик повседневности, анализ которых направлен на выявление субъективных смыслов, которые индивид вносит в процесс познавательной деятельности; имидж трактуется как субъективная реальность и продукт социального конструирования.

Теория социального конструирования реальности трактует имидж как продукт социального конструирования. Социальная реальность предстает в концепции П. Бергера и Т. Лукмана как феномен «жизненного мира», как нечто непосредственно данное сознанию индивидов, существующее в их «коллективных представлениях» и конструируемое intersubjectively человеческим сознанием. При этом опускается различие между социальной реальностью как объективной реальностью, существующей независимо от сознания людей, и социальной реальностью как общественным сознанием. Повседневная жизнь представляет со-

бой реальность, которая интерпретируется людьми и имеет для них субъективное значение в качестве цельного мира.

Повседневное мышление содержит интерпретации повседневной жизни, которые считаются само собой разумеющимися. При описании повседневной реальности следует обратиться именно к ним. Сознание, по мнению П. Бергера и Т. Лукмана, интенционально. Оно всегда направлено на объекты или предполагает их. Человеческое сознание способно перемещаться в различных сферах реальности. Другими словами, человек осознает мир, состоящий из множества реальностей. Человек постигает реальность повседневной жизни как организованную реальность. Ее феномены систематизированы в образцах, которые кажутся независимыми от понимания и которые налагаются на него. Реальность повседневной жизни предопределена порядком объектов, которые были обозначены как объекты еще до появления человека на сцене. Язык повседневной жизни представляет необходимые активации и устанавливает порядок, в рамках которого приобретают смысл и значение эти объективации и повседневная жизнь. С точки зрения авторов концепции «социального конструирования» реальность повседневной жизни организуется вокруг субъекта и в настоящем времени субъекта. Реальность повседневности не исчерпывается непосредственным присутствием, но охватывает феномены, которые не даны «здесь-и-сейчас». Это означает, что субъект воспринимает повседневную жизнь в зависимости от степени пространственной и временной приближенности или удаленности. Ближайшей к субъекту является зона повседневной жизни, которая непосредственно доступна. Эта зона вмещает мир в пределах досягаемости субъекта. Реальность повседневной жизни в качестве реальности имеет само собой разумеющийся характер и не требует дополнительной проверки.

Каждый человек живет в сконструированной реальности, которую он для себя интерпретирует и субъективно осмысляет. Существует одна главная реальность, но помимо нее существуют множество реальностей, из которых состоит мир в сознании человека. Сама реальность создана человеком, но он перестает ее воспринимать как продукт своей деятельности, взаимодействуя с ней и поддаваясь ее влиянию. Имидж можно трактовать как одну из реальностей, которая конструируется людьми.

Появляясь на свет, человек воспринимает реальность, как данную. Феномены этой реальности уже систематизированы в образцах, которые кажутся независимыми от его понимания, но налагаются на него. Реальность повседневной жизни оказывается уже объективированной, т.е. конституированной порядком объектов, которые заранее были обозначены как объекты.

Имидж лидера предстает как конструкт, созданный различными институтами (которые в свою очередь являются факторами контроля над человеческим поведением, в желательном для общества, а также для власти направлении) и окружением человека. Таким образом, можно определить имидж как продукт социального конструирования.

В основе концепции символического интеракционизма лежит видение социума через взаимодействие индивидов. Взаимодействие происходит между индивидами и внутри каждого из них. Поэтому, помимо объективного мира, следует изучать субъективный, от которого зависит восприятие окружающего. Субъективная интерпретация объективного мира является основополагающей, она может быть понята, как процесс символического создания, описания и интерпретации ситуаций.

Для символического интеракционизма есть лишь миры, которые люди конструируют для себя и других. Эти миры состоят из объектов или вещей, к которым можно иметь какое-то отношение, наделять их каким-то значением. Само значение этих объектов для разных людей может быть различным. Ключевая мысль здесь в том, что человек осваивает мир через символические значения. Человек обобщает конкретную ситуацию до содержащегося в ней смысла: если некто грозит кулаком, он выражает определенную мысль. Значение здесь не заложено в объектах, но в их определениях, которые люди демонстрируют.

Интеракция возможна за счет создания людьми общих значимых символов. Символ обозначает предмет или событие; предполагает реакцию на предмет или событие и выражается в социальных действиях; обеспечивает средства, с помощью которых люди общаются в социальной среде с помощью знаков. Поэтому, чтобы существовать, люди должны жить в мире значений. Отсюда социальная жизнь возможна только тогда, когда значения и символы воспринимаются остальными членами общества. Но

общепризнанные символы способны обеспечить лишь средства интеракции. Чтобы она продолжалась, каждый вовлечённый в неё должен интерпретировать значения и намерения других.

Благодаря этим символам возможно и само мышление: «чтобы мышление существовало, необходимы символы, голосовые жесты вообще, пробуждающие в самом индивиде отклик, который он вызывает в другом, причем такой, что с точки зрения этого отклика он может направлять свое последующее поведение». Символ способен вызывать в индивиде ту же реакцию (группу реакций), что и в другом. «Но и еще кое-что заключается в том факте, что он является значимым символом: этот отклик какого-либо индивида на такое слово, как «кресло» или «собака», есть такой отклик, который является для этого индивида настолько же откликом, насколько и стимулом. Вот что, конечно же, предполагается в том, что мы называем смыслом какой-либо вещи или ее значением».

Творение социального мира – совокупность процессов межличностных взаимодействий, имеющих символический характер. Взаимодействие основано на общности значений индивидов, на одинаковости интерпретации ими символов. Любой объект определяется при взаимодействии индивидов, соприкосновения их опыта и приспособливания друг другу: «в подлинном смысле объекты конституируются в рамках социального процесса, в который вовлечен человеческий опыт, посредством коммуникации и взаимного приспособления поведения индивидуальных организмов, участвующих в этом процессе и поддерживающих его». Имидж можно определять как объект, наполненный символическими значениями. Процесс наполнения субъективными значениями Дж. Мид называет интерпретацией.

Г. Блумер внес дополнения в теорию символического интеракционизма. Три его постулата подтверждают сказанное об имидже: 1) он исходит из того, что люди «обращаются с предметами на основе тех значений, которыми эти предметы обладают для них»; 2) «значение таких предметов выводится из социального взаимодействия, в которое люди вступают между собой, или возникает из него»; 3) «эти значения используются, применяются и изменяются в ходе интерпретативного процесса, к которому человек прибегает в своем взаимодействии с встречающимися ему

предметами». Под «вещами» понимается все, что человек воспринимает: физические предметы (стулья, деревья, здания и т.д.); социальные предметы, в том числе социальные институты (правительство, школа и т.д.); абстрактные предметы (нравственные принципы, идеи и т.д.). Резюмируя: имидж – символический продукт взаимодействия индивидов, который они наполняют субъективными значениями.

По мнению Бурдые, социология должна включить и социологию восприятия социального мира, то есть социологию формирования мировоззрений, способствующих, в свою очередь, конструированию реальности». Каждый человек воспринимает мир с позиции, занимаемой им. В социальном пространстве «могут существовать различные и даже противоположные точки зрения, поскольку они зависят от точки, из которой брошен взгляд, так как представления каждого субъекта о социальном пространстве зависят от его позиции в этом пространстве».

Восприятие мира происходит на двух уровнях. 1. Объективном (оно структурировано, так как признаки субъектов или институтов сочетаются с разной степенью вероятности). 2. Субъективном (структурировано, так как модели восприятия «отражают строение связей символической власти». С помощью восприятий, в частности, на символическом уровне, обыденное сознание конструирует мир здравого смысла. Существует множество способов восприятия окружающего мира и многообразие мировоззрений, что создает условия для борьбы за «право формировать и утверждать определенное представление о легитимном порядке».

Борьба на символическом уровне может существовать в двух разных формах. В объективной форме действия выражают коллективные или индивидуальные представления, пытаются обнаружить или поставить акцент на конкретных реалиях (Бурдые приводит как пример массовые манифестации). В индивидуальной – субъекты самопрезентируют себя и свой образ, которые они способны приукрашивать, а также и представление о своей социальной позиции. В рамках борьбы действия направлены на изменение категорий восприятия и оценки социальной реальности.

Бодрийяр в работе «Система вещей» говорит об обществе потребления. Каждый предмет, потребляемый нами, является знаком. То есть, потребляя предметы, мы потребляем определенные

знаки. Люди начинают отличаться друг от друга на основании знаков, которые они употребляют, а не на основании положения в обществе. Смысл потребительского общества в том, что не человек выбирает предметы, которые ему необходимы. Даже имея много денег и возможностей, человек будет выбирать то, что употребляет группа, к которой он относится.

Символы в обществе являются товаром (автомобили, искусство или абстрактные теории – все продается и покупается). Одной из идей Бодрийера является идея символического обмена. Он полагает, что обмен является основой потребительского общества. Автор называет три стадии жизни общества: 1) на первой стадии люди обменивались материальными продуктами, 2) на второй обменивались все товары промышленного производства, 3) на третьей, в которой мы живем, господствует символический обмен. Символический обмен «не предполагает прямой обмен товаров; взаимодействие обменивающихся практически ни чем не ограничено; и главное – по сути, он является скорее разрушительным, чем созидательным». Так, символический обмен разрушает прежние социальные отношения; главным его оружием является код сигнификации, который контролирует наше сознание. Основным инструментом, создающим код, являются СМИ.

Аналитический инструментарий, накопленный в рамках конструктивизма, изучение сконструированных образов позволяют по-новому взглянуть на проблему конструирования, реализации, трансформации образа государства. Теория социологического конструктивизма объединяет ряд принципов познания социальной реальности, в том числе и взаимоотношений государств на международной арене. Следует анализировать то, как новые независимые государства воспринимают друг друга и делают выводы о том, что при рассмотрении нового ролевого статуса в мире следует переосмыслить собственные идентичности и рассмотреть идентичности других как фактор, сближающий либо разъединяющий стороны, определяющий поведение государства на международной арене.

Управление коммуникациями предполагает знание их особенностей и специфики. Одним из них является канал средств массовой информации, который в контексте управления информацией достоин отдельного рассмотрения. Перемены в политической си-

стеме России связаны с применением и развертыванием инициатив по продвижению имиджа лидера в информационно-коммуникативном пространстве.

### Литература

1. Адилова Л.Ф. Механизм трансформации имиджа России // ПОЛИТЭКС.-2007.№3.С. 210.
2. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Учебное пособие. М.: Академический проспект, 2007. 400 с.
3. Имиджелогия –2006. Актуальные проблемы социального имиджмейкинга. М.: РИЦ АИ, 2006. 358 с.
4. Имиджелогия. Как нравиться людям. М.: Народное просвещение, 2002. 576 с.
5. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. М.: Ось-89, 2002. 512 с.
6. Лебон Г. Психология масс. М.,2000.С.75, 79.
7. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
8. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. М.: АспектПресс, 2002. – 223 с.
9. Семенов И.С. Образы и имиджы в дискурсе национальной идентичности. Полис.№5, 2008. С.7.

**Аннотация:** автор данной статьи рассматривает технологии создания имиджа и образа лидера, указывает на их трансформацию в связке со временем, объясняет значимость создания имиджа через продумывание внешнего вида публичного лидера, его характера и поведения, и представление его как «готовый бренд».

**Ключевые слова:** имидж, лидер, стереотипизация, PR, средства массовой информации, модель персонализации, маркетинговая модель, символ.

**Abstract:** the author of this article considers the technologies for creating the image and the type of the leader, points to their transformation in conjunction with the time, explains the importance of creating the image by thinking out the appearance of the public leader, his character and behavior, and presenting it as a «ready brand».

**Key words:** image, leader, stereotyping, PR, media, personalization model, marketing model, symbol.

Веревкин А.В., Лифанов С.А.

### **Медиа среда современного общества и проблемы оценки развития медиаграмотности**

Специалисты выделяют несколько уровней оценки развития медиаграмотности в различных странах. К ним относятся показатели, которые оценивают среду, социологические срезы, по результатам анализа которых можно определить, какая группа населения более медиаграмотна. Кроме этого, есть элементы, связанные с тестированием, таким образом оценивается информированность о том, из чего состоит медиапространство.

Наиболее общим является уровень, который оценивает общество в целом: есть ли программы медиаграмотности в стране, какой процент населения имеет доступ к Интернету. Также следует учитывать показатели, которые оценивают индивидуальный уровень, где выделяется технический компонент – какими программами пользуется человек, уровень критического мышления – насколько пользователь может проанализировать, понять, перекодировать, найти аргументы, и компонент, связанный с коммуникацией и творчеством – отдельно по визуальным медиа, по аудио-, музыкальным, текстовым и т.д. Постепенно сформировавшаяся развитая инфраструктура, обеспечивающая создание достаточных информационных ресурсов и относительно свободный доступ к ним, порождает необходимость учета, при оценке уровня развития общества новых параметров. Прежде всего, это количественные параметры, отражающие уровень развитости информационной инфраструктуры и индустрии: количество компьютеров, количество подключений к Интернету, количество мобильных и фиксированных телефонов и т.д. Формируется единая интегрированная информационная система на основе технологической конвергенции (слияния телекоммуникационной, компьютерно-электронной, аудиовизуальной техники). На содержательном уровне все это приводит к перераспределению ресурсов в пользу науки и образования, и увеличению значения такого фактора как человеческий капитал. Миллионы персональных компьютеров,

печатные и электронные СМИ, виртуальная экономика, виртуальная финансовая структура и многое другое в совокупности складывается в единые национальные информационные системы, существующие и активно разрабатываемые в разных странах мира. Информационное общество в технологическом аспекте формируется как глобальное и включает в себя: мировую «информационную экономику»; единое мировое информационное пространство; глобальную информационную инфраструктуру; формирующуюся мировую законодательно – правовую систему, что делает актуальными вопросы о механизмах их регулирования и связи с реальной, «физической» экономикой и социальной средой.

Обращаясь к проблемам формирования медиаграмотности необходимо определиться с вопросом о специфике медиапространства и характере его отражения в общественном сознании, поскольку именно информационные ресурсы становятся главным средством повышения эффективности производства, укрепления конкурентоспособности как на внутреннем, так и на мировом рынке.

С нашей точки зрения, под медиасредой следует понимать сегодня всю искусственно созданную среду человеческой деятельности и общения, рассматриваемую содержательно (по отношению к ее форме – механической, физической или иной реализации в виде сетей коммуникаций или т.п.) – как социокультурный феномен [1, с. 102]. Это значит – не на уровне акустики, механики, техники, электроники или процессов обмена данными и т.п., а на уровне основных функций, перечисленных ниже:

Экстенсивность – обеспечивает расширение возможностей органов чувств и других систем человека (понимаемого и как индивидум, и как социум). Сюда входит вся «вторая природа» человека – формы, средства, методы и результаты социально значимой человеческой деятельности. Наличие этой функции позволяет говорить о принадлежности к «широкой медиасреде» – в смысле М. Маклюэна: одежда, мебель, обувь, очки и слуховые аппараты, автомобиль, оружие, пение, др. и все нижеперечисленное.

Инструментальность – обеспечивает возможность инструментального (индивидуального или коллективного) действия по Ю. Хабермасу, т.е. возможность индивидуального или коллективного использования «расширения»: системы водоснабжения, ка-

нализации, средства передвижения, жилища, базы данных и иные стандартные информационные ресурсы и др.

Коммуникативность – обеспечивает возможность коммуникативного действия, вследствие чего соотв. расширения являются средствами коммуникации и совместной деятельности. Наличие этой функции определяет принадлежность к «системе коммуникаций» связывающих человека (группу) с другими людьми (группами). Это транспортная сеть, город, армия, государство, др. Сюда не входят: одежда и др. индивидуальные расширения, так же такие коллективные расширения как водопровод, энергетические сети и т.п. средства в основном инструментального, а не коммуникативного действия по Ю. Хабермасу.

Интерактивность – обеспечивает (опосредованную и не опосредованную результатом) обратную связь в процессе коммуникации и совместной деятельности – интеракцию, т.е. общение (межличностное, коллективное, с внешней средой), обмен информацией. Совокупность интерактивных медиа почти совпадает с тем, что обычно называют средства массовой коммуникации (СМК).

Мультимедийность – сочетание различных видов воздействия и восприятия в процессе интеракции, вплоть до возникновения эффекта синергии: «новые медиа».

Итак, функционально медиасреда – это та часть «второй природы» человека, посредством которой он в своей деятельности реализует пять вышеописанных функций: экстенсивную, инструментальную, коммуникативную, интерактивную и мультимедийную [2].

В процессе медиатизации классические бумажные СМИ постепенно вытесняются на периферию, уступая место своим аналогам в сети Интернет, представляющей в качестве самой массовой интерактивной коммуникационной системы с одной стороны и интегрирующего ядра всей интерактивной массовой коммуникации – с другой. По мнению М. Кастельса, Интернет – это технология и орудие деятельности, но в первую очередь, – универсальное социальное пространство свободной коммуникации.

Медиасреда есть сфера средств массовых, почти полностью электронных коммуникаций, осуществляющая интерфейс между потребителем информации (личностью, группой или обществом в целом) и информационными ресурсами общества [3]. При этом,

информационные ресурсы не следует понимать статично и концентрировано. Современные информационные ресурсы это в основном динамическая и распределенная в сетях информация.

Современный мир трудно представить без медиа – средств массовой коммуникации (традиционно сюда принято включать печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему Интернет) [4, с. 10]. Особую значимость в жизни человечества медиа приобрели за последние полвека. Социологи подсчитали, что в среднем «цивилизованный человек», проживший до 75 лет, располагает примерно 50 годами активной, лишенной сна деятельности. И ровно девять лет из них он тратит на то, чтобы...смотреть телевизор [5, с. 67].

В среднем, отмечают специалисты, современный школьник находится более пяти-шести часов в контакте с различными медиа (интернет, телевидение и т.д.). Соответственно формируются привычные стереотипы восприятия информации, ее фильтрации и поиска. Эти вопросы имеют наибольшее значение при исследовании молодежи как важнейшей целевой аудитории программа медиаобразования.

Собственно, концепт «молодежь» в настоящее время требует определения и описания того нового содержания, которое проецируется изменившимися условиями жизни общества. Социологические опросы разных лет позволяют использовать понятие «Поколение виртуального мира» как самоопределение значительной части казахстанской молодежи – 36,5% [6]. Как видно из диаграммы на рисунке 2 – около трети респондентов затруднились ответить на данный вопрос, а частотное распределение по остальным позициям значительно меньше.

Характеризуя основные особенности восприятия медиасферы казахстанской молодежью возможно отметить ряд тенденций, выявленных в ходе проведения эмпирического исследования. Далее представлены результаты изучения культурных практик и предпочтений казахстанской молодежи, а также специфики ее информационных потребностей.

Традиционно важнейший компонент восприятия информации, используемый как в процессе образования, так и в досуговых практиках – это классический текст: книга, учебник, статья и т.д. «культуры чтения» может быть оценена как основа инкульту-

рации и мировоззренческого развития молодежи в целом. Исследование выявило низкий уровень читательской активности казахстанской молодежи. Среди молодежи доля совсем не читающих книги – 27,6% превышает число тех кто обращается к чтению регулярно – 10,3%.

Источники и характер восприятия новостной и социально-политической информации. Данные исследования свидетельствуют, что большинство молодых людей предпочитают получать общественно-политическую информацию посредством телевидения (ежедневно 49,3%) и материалов Интернета (ежедневно 38,3%). Печатные СМИ и радио менее востребованы молодежью – 8,1% и 12,1% соответственно.

Анализ характера информационных предпочтений респондентов выявил, что относительно популярными в среде молодежи являются газеты общественно-политического характера. Ежедневно общественно-политические газеты читает 9,2% респондентов, тогда как познавательно-развлекательные газеты 5,6%, что также косвенно указывает на значение именно визуальных медиа.

Показатели свободного времени, которое молодежь готова посвящать культурной жизни низкие. Несмотря на развитую культурную инфраструктуру во многих казахстанских регионах, значительная часть молодежи, независимо от возраста, пола и уровня образования, предпочитает проводить время в развлекательных центрах. Так, например, 40,9% опрошенных посещают рестораны, кафе несколько раз в месяц, а музеи и выставки – лишь 5,0%. Не посещают музеи и выставки почти половина 48,5% опрошенных.

Немаловажное значение с позиции формирования медийной и информационной грамотности имеет гражданская активность, интерес к социально-политическим событиям в мире и в регионах. Казахстанскую молодежь нельзя назвать аполитичной, поскольку фиксируется определенная заинтересованность молодежи в политической информации. Политикой интересуется 65,9% молодежи, не интересующихся или редко интересующихся меньше – 39,6%.

В целом, в контексте исследования молодежи возможно согласиться с основополагающими выводами международных экс-

пертов о необходимости систематизации знаний, умений и навыков детей и подростков в области использования медиа.

Медиаобразование включает в себя несколько направлений. Одни изучают возможности использования коммуникационных технологий и медиа в процессе обучения, другие исследуют, как защитить детей от влияния медиа на личность. Есть специалисты, продвигающие медиакультуру, есть – взявшие за основу своей деятельности критическую педагогику и сопротивление влиянию СМИ.

Учитывать возрастающий разрыв между познавательной моделью учебных заведений и информационной культурой молодежи перспективными отправными точками для достижения медиаграмотности может стать упреждающая поддержка критических параметров медиа- и информационной грамотности.

#### Литература

1. Сальный, Р.В. Медиа: проблемы власти и свободы// Медиаобразование. – 2006. – № 2. – С. 102-104.
2. Тишунина, Н.В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 149-154.
3. Рашкофф, Д. Медиавирус. – М.: Ультра культура, 2003. – 248 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
5. Kubey, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States // «Journal of Communication». – 1998 (Winter). – P. 58 -69.
6. Ценности и идеалы независимого Казахстана. Коллективная монография / Под общ. ред. Шаукеновой З.К. – Алматы: Институт философии, политологии и религиоведения КН МОН РК, 2015. – 322 с.

Кабдолданова Б.А.

### Баспасөз қызметінің қажеттілігі

Қазақ ұлттық аграрлық университетінде «Халықаралық Қысқы Мектеп-2018» шарасы ҚазҰАУ Баспасөз қызметінің ақпаратында: 2018 жылдың 22 қаңтар – 3 ақпан күндері Қазақ ұлттық аграрлық университеті «Халықаралық қысқы мектеп-2018» шарасын өткізеді. Осыған байланысты негізгі Пленарлық мәжіліс 22 қаңтар күні Қазақ ұлттық аграрлық университетінің Мәжіліс залында өтті. Жиынды университет ректоры, ҰҒА вице-президенті Есполов Тілектес Исабайұлы кіріспе сөзбен ашып, Қысқы мектептің маңыздылығына тоқталып, қазақстандық және шетелдік ғалымдардың, білім алушы жастардың осындай маңызды шараға қолдау танытқандарына ризашылығын білдірді. Ректор өз сөзінде, Қазақстан экономикасының негізгі локомативі – инновациялық бағыттағы аграрлық ғылым мен білімде дей келе, аталған шараның басты мақсаты – жастарды әлемдік білім-ғылым кеңістігіндегі жаңа технологияларға үйрету, білікті ғалымдармен байланыс орнату – деп атап өтті.

Халықаралық қысқы мектеп бағдарламасы келесі бағыттар бойынша өтеді: «Су ресурстарын басқару», «Ауыл шаруашылығындағы инновациялық технологиялар мен техникалық құралдар», «Жасыл экономика», «Табиғи ресурстарды басқару», «Өсімдік шаруашылығындағы агроинновация», «Ветеринария», «Мал шаруашылығы өнімдерін өндіру технологиясы».

Халықаралық қысқы мектеп бағдарламасы – студенттер, магистранттар, докторанттар мен жас ғалымдардың жаңа білім мен тәжірибелік дағдыларды, инновациялық технологиялар мен ғылыми зерттеу әдістерін игеруге мүмкіндік береді.

Қысқы мектеп оқытушыларының халықаралық командасы жоғары деңгейдегі мамандардан құралған. Бағыттар бойынша жетекшілер отандық және шетелдік ғалымдар, өнеркәсіптік зерттеу институттары мен өндіріс өкілдерінен тұрады. Бағдарламада

арнайы дәрістер, мастер-класстар және дөңгелек үстелдер ұйымдастырылады.

Тәжірибелік сабақтар келесі орындарда өтеді:

1. «Балқаш-Алакөл бассейнінің су ресурстарын пайдалануды және қорғауды инспекциялау» мемлекеттік мекемесі,
2. «Бартоғай су қоймасы және Д.А. Қонаев атындағы Үлкен Алматы арнасы» РМК,
3. «Алматы Су Холдингі» МКК,
4. «Агроөнеркәсіптік кешен экономикасы және ауылдық елді мекендерді дамыту» ЖШС,
5. «Алматы қаласының өңірлік ветеринариялық зертханасы» РМК,
6. «NPC Antigen» ЖШС,
7. «Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешені» ЖШС,
8. «Байсерке Агро» ЖШС,
9. «Қазақ мал шаруашылығы және жем-шөп дайындау ҒЗИ» ЖШС,
10. «ҚазҒЗИ Ауыл шаруашылығын электрлендіру және механикаландыру» ЖШС,
11. «Жұқпалы аурулар ғылыми орталығы» РМК,
12. «Биологиялық қауіпсіздік мәселелері ҚазҒЗИ» РМК.

Тәжірибелік сабақтар сондай-ақ Қазақ ұлттық аграрлық университетінің

1. Қазақстан-Жапон,
2. Қазақстан-Корей инновациялық орталықтарында,
3. Қазақстан-Беларусь агротехникалық-инженерлік орталығында,
4. инновациялық Су орталығында өтеді.

Қатысушылар ҚазҰАУ-дың «Ізденістер, нәтижелер – исследования, результаты» ғылыми журналында ауыл шаруашылығы, ветеринариялық, биологиялық, техникалық және экономикалық ғылымдар саласындағы іргелі және қолданбалы зерттеулердің өзекті мәселелері бойынша ғылыми мақалаларын жариялай алады.

Халықаралық қысқы мектеп-2018 қатысушылары STARTUP жобалар байқауына қатыса алады. Үздік жобалар марапатталады.

Қазақ ұлттық аграрлық университеті

1. Польша

2. Турция
3. Литва
4. Ресей
5. Белоруссия
6. Украина
7. Әзербайжан
8. Тәджікстан
9. Киргизия
10. Өзбекстан

елдеріндегі әріптес жоғары оқу орнындары басшылығына «Халықаралық Қысқы Мектеп-2018» өткізуге қолдау білдіргендеріне алғыс айтады. Аталған шараға Қазақстанның 17 жоғары оқу орнынан 272 адам, алыс-жақын шет елдің 18 жоғары оқу орнынан 80-ге жуық адам қатысуда.

Халықаралық деңгейде өтетін шаралардың ақпаратының шапшан таралуы, белсенділігі, ол әрине Қазақ Ұлттық аграрлық университетінің Қоғаммен байланыс және редакциялық қызмет департаментінің директоры, Қазақстан Жазушылар одағының және Қазақстан Журналистер одағының мүшесі, ақын, аудармашы, журналист Исәділ Алмат Мұратұлы.

Алмат Исәділ – 1976 жылы 20 желтоқсанда Алматы қаласында дүниеге келген. Алматы облысы Райымбек ауданы, Кеген ауылындағы орыс орта мектебінде, аудандық Музыка мектебінің «Домбыра» сыныбында оқыған.

ҚазМУҰ-дың журналистика факультетін сырттай бітірген. Еңбек жолын №2 Кеген орта мектебінде музыка пәні мұғалімі ретінде бастаған.

Республикалық оқушылар Сарайында қызметкер,  
«Алматы ақшамы» газетінде бөлім меңгеруші, жауапты хатшы,

«Елорда» баспасында әдеби редактор,

«Қазақ әдебиеті» газетінде бөлім меңгеруші,

Қазақ-Британ университетінің редакциялық-баспа бөлімінің бас менеджері, «Қазақ радиосы» бағдарламалар бөлімінің шеф-редакторы,

«Әдебиет айдыны» газеті бас редакторының бірінші орынбасары,

«Қазақ университеті» газеті бас редакторының орынбасары,

«Жас қазақ үні» газеті бас редакторының бірінші орынбасары, «Қазақстан» ұлттық телеарнасының жүргізуші-редакторы, «Алаш айнасы» газетіде Мәдениет бөлімінің редакторы қызметтерін атқарған. Қазіргі уақытта Қазақ Ұлттық аграрлық университетінің Қоғаммен байланыс және редакциялық қызмет департаментінің директоры. Халықаралық «Шабыт» фестивалінің дипломанты, бірнеше жыр мұшайраларының жүлдегері. Түріктің Ж.Әміре сынды классиктері мен қатар М. Джевдет, А. Тимучин, О. Рифат есімді танымал шайырлары мен А. Пушкин, С. Есенин, М.Лермонтов, И.Северянин, И.Анненский сынды орыс ақындарының шығармаларын қазақшалаған. Орыс тілінде жазатын қазақтың көрнекті ақыны О.Сүлейменовтің, С.Мнацаканяның бірқатар шығармаларын ана тілінде сөйлетті. Қазақ поэзиясының кейінгі өкілдерінің туындыларын орыс тіліне аударумен айналысады. Балалар әдебиетіне де ден қойып жүрген автордың жас оқырманға арналған жырлары республикалық басылымдарда жарияланып тұрады. Балаларға жазған өлеңдері 2012 жылы «Таймас» баспасынан мемлекеттік тапсырыспен «Мен – қазақтың баласы» деген атпен жарық көрді. «Мен қазақтың баласы» атты жасөспірімдерге арналған кітабы жарық көрген. Балауса республикалық балалар әдебиеті байқауының ынталандыру сыйлығын алған. Жүлде алған шығармалары «Кәусар бұлақ», «Чистый родник» жинағына басылған. Ақынның бірқатар өлеңдеріне жазылған әндерді бүгінде қазақ ән өнерінің майталмандары орындап жүр. Өлеңдері «XXI ғасыр ақындарының антологиясы» мен «Жыр маржаны» деп аталатын қазақ поэзиясының 10 томдық антологиясы сынды бірнеше ұжымдық жинақтарға енген. «Отырар кітапханасының» тұңғыш сериясымен жарық көрген «Жолдар, жолдар...», сондай-ақ «Көңіламан», «Көкжиекке сіңген жол», «Бір тамшы», «Аспантау» жыр кітаптары мен «Мен – қазақтың баласы» атты балаларға арлаған өлеңдер жинағының авторы.

Қазақ әдебиеті мен журналистикасы саласындағы жетістіктері үшін 2013 жылы «Ерен еңбегі үшін» мемлекеттік медалімен марапатталған. Алматы облысы, Райымбек ауданының Құрметті азаматы. (2016)

Еліміздің ірі өңірі, ол Жамбыл облысы. Негізінде Облыстық білім басқармасындағы экология бағытының білім сапасының тұрақты дамуының атқарылған шаралары айқын жазылады.

А.М. Жапбасбаева Жамбыл облысы әкімдігі білім басқармасының оқу-әдістемелік кабинетінің әдіскері.(Тараз қаласы.) мақаласында Жамбыл облысы әкімдігі білім басқармасының оқу-әдістемелік кабинетінің ұйымдастыруымен 2017 жылдың 1 қараша күні білім беру ұйымдарындағы экологиялық білім мен тәрбие берудің мазмұнын өзектендіру, экологиялық білім интеграциясы нәтижесінде оқушылардың экологиялық мәдениетін қалыптастыру мақсатында «Туған өлке табиғатының тазалығы және экологиялық мәдениет» тақырыбындағы облыстық ғылыми – пратикалық конференция Тараз қаласы №30 мектеп-гимназиясының базасында өткізілді. Конференция Жамбыл облысы әкімдігі ішкі саясат басқармасының мемлекеттік әлеуметтік тапсырысы аясында «Ақбұлақ» қоғамдық бірлестігімен бірігіп өткізілді.Ғылыми-практикалық конференция жұмысына Жамбыл облысы әкімдігі ішкі саясат басқармасының басшысы Боранбаева Ғалия Бектенқызы, Жамбыл облысы экологиялық департаменті басшысының орынбасары Қойшыбаев Ерлан Мәлікұлы, Жамбыл облысының табиғи ресурстар және табиғат реттеу басқармасының бөлім жетекшісі Темірбекова Нағима Түйгінқызы, «Ақбұлақ» қоғамдық бірлестігінің төрайымы Рахешева Нильзия Алгазиевна,Жамбыл облысы кәсіпкерлік, индустриалды-инновациялық даму және туризм басқармасының басшысы Хажы Жомарт Жайнаулы, М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университетінің «Биология» кафедрасының доценті, б.ғ.к., Г.Зияева, аталған оқу орнының «Экология» кафедрасының доценті Э.Мадалиева, Тараз мемлекеттік педагогикалық университетінің «Биология» кафедрасының доценті, а.ғ.к., А. Алтынсариев, облыстың қоғамдық бірлестіктерінің өкілдері, экологиялық мектептердің үйлестірушілері, мектеп директордың тәрбие жөніндегі орынбасарлары, пән мұғалімдері қатысып, өз іс-тәжірибелерімен бөлісті.

Облыстық ғылыми-практикалық конференция жұмысы келесі 4 секция бойынша жүргізілді:

- Мектеп тәжірибесіндегі экологиялық бағыттағы жұмыстар;
- Экологиялық бағыттағы ғылыми зерттеу жұмыстары;
- Туған өлкені зерттеу және қорғау жұмыстары;
- Пәндердегі экологиялық білім мен тәрбие беру.

Конференцияның екінші бөлімінде «Жасыл ғаламшар» акциясы өткізіліп, мектеп ауласына 7 қарағай ағашы мен 50 терек ағаштарын отырғызды. Семинарға ЖОО ғалымдары мен оқытушылары, аудандық (қалалық) білім бөлімдерінің әдіскерлері, мектеп басшылары, мектеп директорларының орынбасарлары және мұғалімдер, барлығы 130 педагог қызметкер қатысты.

**ҰСЫНЫМДАРЫ:** Облыстық ғылыми-практикалық конференцияға қатысушылар «Туған өлке табиғатының тазалығы және экологиялық мәдениет» тақырыбында білім беру ұйымдарында экологиялық білім мен тәрбие беру мәселесін талқылай отырып, төмендегі ұсынымдарды жариялайды:

– Пәндерді оқыту барысында мұғалімдер экологиялық мәселелерді нақты өмірдегі жағдаяттармен тікелей байланыстырып, пәнаралық тұрғыда жан-жақты талдау мақсатында ізденіс жұмыстарын жандандырсын:

– Экологиялық білім интеграциясы нәтижесінде оқушылардың экологиялық құзыреттілігін қалыптастыратын оқытудың интерактивті әдістерін тиімді пайдалану жүзеге асырылсын;

– Жаһандық және жергілікті экологиялық мәселелер және оларды шешу жолдары барлық пәндердің мазмұнында қарастырылып, оқушылардың жалпы адамзаттық және ұлттық құндылықтарын, рухани адамгершілік және мәдениетін қалыптастыруға бағытталсын;

– Қазіргі және болашақ ұрпаққа таза табиғи ортаны сақтау мақсатындағы экологиялық іс-шаралар (акция, форум, семинар, экологиялық олимпиада) облыстағы барлық білім беру ұйымдарында жоспарлы түрде жүзеге асырылсын;

– «Рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында өтетін «Менің Отаным-Қазақстан» атты облыстық жас натуралистер мен экологтардың форумының мектепшілік, аудандық кезеңі жоғары деңгейде ұйымдастырылып, өткізілсін;

– Білім мекемелеріндегі көгалдандыру жұмыстарын жандандыру және насихаттау мақсатында республикалық ғылымтанымдық, көпшілік «Гүлстан» журналымен байланыста жұмыстар жүргізілсін;

– Оқушылардың экологиялық бағыттағы ғылыми жұмыстарына бағыт-бағдар беру үшін ЖОО-ның ғалымдарымен байланыс жандандырылсын;

– Пән мұғалімдерінің қолданбалы және таңдау курстарына жазылған экологиялық тақырыптағы авторлық бағдарламалары облыстық деңгейде қаралып, бекітілген жұмыстар ғана пайдалануға ұсынылсын;

Ерекше экология саласында еңбектеніп жүргін білікті көшбасшы, «Гүлстан» республикалық ғылыми-танымдық, көпшілік журналының әлеуметтік серіктестігі ол әрине, Рая Әбдікерімқызы 1957 жылы 15 желтоқсан айында Алматы облысы, Нарынқол ауданы, Қақпақ селосында дүниеге келді. Мектепті 1974 жылы бітіріп, Алматы қаласындағы С.М. Киров атындағы Қазақ мемлекеттік университетінің биология факультетіне түсіп, 1980 жылы тамамдаған. Білімі жоғары, жоғары санатты ұстаз. 1980-1983 жылдары Жамбыл облысы, Меркі ауданы, Кеңес орта мектебінде биология пәнінің мұғалімі. 1983-1998 жылдары арасында Жамбыл облысы, Шу ауданы, Т. Рысқұлов орта мектебінде химия – биология пәнінің мұғалімі, директордың тәрбие ісінің меңгерушісі болып қызмет атқарды. 1998-2001 жылдары Алматы қаласындағы №159 мектеп-гимназиясында химия, биология пәнінен үйірме жетекшісі, тәрбие ісінің меңгерушісі. 2001-2005 жылдары Жамбыл облысы, Шу ауданы, «Жібек-Жолы» мектеп-лицейінде химия,биология пәнінің мұғалімі. 2005-2009 жылдар аралығында аудандық білім және спорт бөлімінің әдіскері. 2009 жыл «Жерұйық» жас натуралистер станциясының негізін қалаушы. 2009 жыл – штаттық кестедегі – 3 маман, 2017 жыл Штаттық кестеде – 56 адам қамтылып отыр.

Нәтижелер: «Гүлстан» республикалық ғылыми-танымдық, көпшілік журналы, «Гүлзар» Қоғамдық бірлестігінің 2007 жылдан бергі сенімді серіктестігі. Алматы қаласы Республикалық 5 сертификат, 5 мадақтама, Облыстық 18 мадақтама мен 6 сертификат, аудандық 10 марапат иегері. Шу ауданының 80 жыл мерекелік төс белгі иегері. 2012 жылғы Республикалық биология пән мұғалімдерінің І-ші съезінің делегаты. Халықаралық, педагог кадрларды даярлау Институтының сертификаты мен алғыс хаттарымен марапатталған. 2013жыл Қырғыз Республикалық Баласағұн атындағы университетінің ұйымдастыруымен өткен халықаралық конференциясында жасаған баяндамасы «Халық Жарчысы» кітабында еңбегі жарық көріп, І дәрежелі дипломмен марапатталған.2014 жылы «Еңбек сіңірген мемлекеттік

қызметкер» Орденімен марапатталған. Баспасөз Құралдары беттерінде, Экологиялық тәрбие мен білім беру бағытындағы жұмыстары халықаралық, республикалық, облыстық, аудандық баспа беттерінде жарық көрген. Қортындылай келе, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасының жанындағы «Қазақстандағы PR және БАҚ. Ғылыми еңбектер жинағы» – «PR и СМИ в Казахстане. Сборник научных трудов» ғылыми жинағының 14 санында мақалалар мектеп оқушыларына аса қажет, әрине ақпараттық кеңістік шексіз.

### Әдебиеттер

1. «Гүлстан» республикалық ғылыми-танымдық, көпшілік журналы 2017 ж., № 4. Алматы қаласы.
2. «Гүлстан-10 жыл» Ізденістер. Тәжірибе. Нәтиже атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. Алматы қаласы. 2014-2015 оқу жылы., 2015-2016 оқу жылы. 224б.
3. «Қазақстандағы PR және БАҚ. Ғылыми еңбектер жинағы» – «PR и СМИ в Казахстане. Сборник научных трудов» ғылыми жинағының 13 саны. 2017ж.
4. «Гүлзар-10 жыл» Туған өлкем – неткен көркем. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2016-2017 оқу жылы, 2017-2018 оқу жылы. Алматы қаласы. 300б.

**Аннотация:** В данной статье рассмотрены информационные материалы по экологии устойчивого развития в Республике Казахстан, например Казахского Национального Аграрного Университета (Зимняя Международная школа 2018 г.), республиканского научно-популярного журнала «Гүлстан», общественного объединения «Гүлзар», а также организации образования Жамбылской области.

**Ключевые слова:** пресс-служба, международная зимняя школа, конференция, средства массовой информации, информационная грамотность.

Лифанова Т.Ю.

### Медианполис и приоритеты медиаобразования

Глобальные информационные процессы, как на технологическом, так и на социальном уровне оказали существенное влияние на различные сферы жизни современного общества. В литературе достаточно часто встречается образное понятие «информационная революция» суть которого определяется количественным и качественным влиянием информационной сферы на отдельные сегменты жизнедеятельности современного общества: политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие, и постепенно распространяющееся на его системные характеристики. Развитие информационного сегмента современного общества возможно представить как два взаимосвязанных компонента: 1) информационное развитие (изменение качества и количества информации и информационных потоков, а также развитие информационной инфраструктуры), 2) развитие и расширение коммуникативного пространства (расширение, вплоть до исчезновения пространственных границ коммуникации). Следует также подчеркнуть, что в рамках данной трактовки, по мнению Ф. Уэбстера остается вопрос, что в действительности мы должны понимать под понятием «глобальная сеть», то есть необходимо определиться не только с тем каким образом проводить различия между разными уровнями сетей, но и как найти ту стартовую точку, после обнаружения которой, можно сказать, что мы живем в сетевом (информационном) обществе [1, С. 25].

Сетевой характер экономики позволяет интегрировать производительные силы и производственные отношения, а интеграция науки и производства осуществляется в сфере самого производства. Стремительное расширение информационной сферы коренным образом изменяет структуру занятости, приоритеты и возможности образовательных технологий, формирует принципиально новые формы социального действия. Например, электронное правительство, новые медиа и др. Все эти процессы, безусловно, актуализируют проблемы формирования медийной

и информационной грамотности, поскольку сетевые технологии становятся непосредственной средой обитания человека, окружая его повседневно и повсеместно.

Среди многочисленных характеристик развития информационного общества наиболее важными в контексте формирования методологии медиа- и информационной грамотности являются процессы диверсификации образования и конвергенции различных информационных платформ.

Признавая определенную специфичность медийного образования как с точки зрения содержания, так и с позиции разнообразия целевых групп, необходимо учитывать не только характер образовательных технологий, но специфику включенности обучающихся в информационный контекст современности. «Реальность процессов углубления и масштабности диверсификации психофизиологических особенностей представителей поколения, а также потребностей и запросов общества, которые не могут не индуцировать адекватную диверсификацию процесса целенаправленного формирования подрастающего поколения, а значит, и образования» [2, С. 108].

Несмотря на разнообразие программ и важность обучения педагогов, журналистов, библиотекарей, государственных служащих и т.д. навыкам работы в информационных сетях, потенциал медиаграмотности направлен на молодежь. В большинстве развитых стран эта группа населения уже далеко продвинулась в освоении цифрового пространства информации. Они, обладая рядом коммуникативных и информационных компетенций в значительной степени уже являются полноправными жителями «Медиаполиса». Понятие «медиаполис» – новый термин, для обозначения сетевой среды современного общества «Mediapolis – это место, где цифровые медиа сливаются с жизнью сообщества...» [3].

Кратко охарактеризовать медиаполис и его жителей возможно одновременно в нескольких проекциях:

– информационные и сетевые технологии изменяют качество жизни человека и общества, и чем более сильно интегрирован человек в интенсивно изменяющуюся медиасреду, тем более сложным представляются формы потребления им медиапродукции;

– сверхматериальная среда обитания человека и общества, так называемая «цифровая надстройка», формируемая коммуникацией лишена пространственной определенности;

– при исследовании событий и процессов в современном мире по ряду параметров невозможно отделение цифровой и материальной среды, например, самая обыденная покупка товаров в Интернете представляет собой экономическое, материальное действие, основанное на использовании медиапродукции.

Также необходимо отметить, что определенное значение для понимания структуры информационно-сетевое пространства имеет проблема социальной идентичности. Изучение процессов изменения идентичности как результат взаимодействия человека с информационными технологиями несет за собой как личностно-психологические, так и социальные следствия. С психологической позиций возможно рассмотреть концепцию «техно-я» (Technoself) [4].

В тоже время ряд исследователей не без оснований предполагает, что компетентность молодых людей несмотря на совершенствование навыков в области работы с ИКТ и упростившийся доступ к Интернету в области информационной грамотности не возросла, особенно в качестве средства совершенствования процесса обучения. Так, результаты исследований, проводившихся «Google Generation» на лондонском UCL CIBER показали, что техника поиска учащимися информации серьезно ухудшилась. В целом, авторы исследований объясняют отсутствие информационной грамотности у «поколения Google» слабым пониманием потребностей в информации и наличием упрощенных ментальных схем: «как следствие этого молодые люди не воспринимают библиотечные источники как интуитивно понятные и предпочитают использовать Google или Yahoo!, которые дают вполне ясные, хотя и упрощенные, ответы на их вопросы». Когда цифровые аборигены пользуются Интернетом для поиска информации, их поведение характеризуется наличием определенного метода и конечной эффективностью, а отнюдь не тщательностью подхода и информационной грамотностью, как этого хотелось специалистам [5, С. 254].

Крайне ошибочным в это плане будет утверждение, что молодому поколению, достаточно хорошо ориентирующемуся в циф-

ровых технология, умеющему использовать их как в обыденной жизни, так и для самовыражения медиа- и информационная грамотность уже не нужна. Содержание программ медиа- и информационной грамотности (МИГ) необходимо коррелировать и разделять на уровни, предлагая программы для всех возрастов и групп населения.

На практике часто используют три группы медиакомпетенций. Первая – формирование медиаиммунитета, т.е. когда человек может сам себя защитить от нежелательных воздействий, потенциально вредной информации. Вторая – критическое мышление – способность селектировать информацию, понимать её достоверность. Кроме того, выделяются компетенции, связанные с использованием медиаресурсов для выполнения жизненно важных задач – например, возможность и умение выразить свою гражданскую позицию.

В литературе также отмечается, что третья группа компетенций, связанная с самовыражением и формированием гражданской активности наиболее выражена в так называемом неформальном медиаобразовании. Для Казахстана данный термин пока является несколько условным, поскольку применим прежде всего в странах, где уже внедрена обязательная программа МИГ в школьных и/или дошкольных учебных заведениях. Один из интересных примеров – опыт Великобритании. Определенное место в современной системе британского медиаобразования отводится так называемому неформальному медиаобразованию (*informal / non-formal learning*) – разным формам медиапрактики, выходящим за пределы школы, например, в местных образовательных центрах, в Интернете, в рамках общественных проектов и т.д. По мнению британских педагогов, внешкольное/внеклассное медиаобразование (в основном, практическое) имеет несомненные преимущества в плане «развития самовыражения и презентации своих идей; особенно это актуально для детей из неблагополучных семей» [6, С. 48]. Также оно призвано способствовать воспитанию будущих профессионалов в области медиа. В 2002 г. Британский киноинститут представил отчет «Быть услышанным и увиденным», в котором были описаны основные подходы к медиапрактике в неформальном образовательном контексте в Великобритании [7]:

- Работа с молодежью (Youth Work).
- Общественная работа (Community Work).
- Детское и молодежное медиатворчество (Youth Arts).
- Коллективная видеосъемка (Participatory Video).
- Создание фильма или телепередачи (Film & Television Production).
- Кинолаборатории, мастер-классы по созданию кинофильма (Film-Making Workshops).

Учителей в области медиаобразования готовят сегодня многие университеты в различных европейских странах, причем как на уровне бакалавриата, так и магистратуры, реализуется также практика, предлагающая аккредитованные курсы повышения квалификации по медиаобразованию.

Поскольку цифровая культура является одним из базовых факторов изменения способов организации знаний и доступа к ним. В этой связи в современных исследованиях медиаобразования актуализировался вопрос о так называемой «транслитерации» направленной на выявление навыков и умений, общих для всех областей информационно-коммуникационных технологий.

Кроме того, транслитерация в медиаобразовании включает в себя три модели современной адаптации:

- «профессиональную» адаптацию (соответствие требованиям, предъявляемым на рабочем месте, и приспособление к его постоянным изменениям);
- «культурную» адаптацию (тенденции и существенные изменения в доступе к использованию различных культурных объектов)
- «образовательную» адаптацию (постепенный выход на уровень автономности по отношению к знаниям и процессу их формирования) [8].

Существует и активно работает научно-исследовательский коллектив «Транслитерация» (Transliteracy Research Group), возглавляемый Сью Томас (Sue Thomas), преподавателем учебной дисциплины «Новые СМИ» в Университете Де Монфор в г. Лестере, Великобритания (Transliteracy Research Group, 2011).

Исследовательская группа «Transliteracy Research» определяет «транслитерацию» следующим образом: «Транслитерация – это способность читать, писать и взаимодействовать при

помощи различных платформ, инструментов и СМИ, начиная со знаков и устных сигналов, включая рукописный текст, печатный текст, телевидение, радио и кино, и заканчивая цифровыми социальными сетями» [9].

Исследователи выделяют четыре основных положения при анализе «трансграмотности», которые находят соответственно отражение в форме определенных навыков и компетенций [8, С. 109-111].

Первое положение касается процесса «оценки», который включает в себя оценку не только характера информации, содержания и итоговых данных, но и всего процесса обработки контента, в том числе цепочку действий, ведущих к созданию исследуемого контента.

Второе положение заключается в способности оценивать общий потенциал имеющихся в нашем распоряжении социально-технических информационных сред, в том числе в области обучения и профессиональной деятельности.

Третье положение включает в себя ознакомление с оперативными приемами, выход за рамки простой «реакции на воздействие». «Цифровые культуры», несомненно, зависят от цифровых объектов и средств. Опасения по поводу манипулятивного характера визуальной информации говорят о новых способах воздействия, заставляющих людей пересмотреть свои действия и аналитически оценивать доступные технологии.

Четвертое положение заключается в том, чтобы «мысленно дистанцироваться» от мгновенных результатов, предлагаемых информационными системами. Цифровая культура «внушает» нам ошибочную стратегию, что на любой вопрос всегда есть ответ. Это указывает на необходимость развивать способности и потребности людей осмысливать как предлагаемые им средства поиска информации, так и собственно ее содержание.

В заключении возможно отметить, что научная дискуссия по вопросу о минимуме знаний, умений и навыков, необходимых современному человеку в условиях развития глобального медиаполиса еще в самом начале. С появлением и широким распространением информационных технологий появляется представление о информационной грамотности, которая первой внедряется в системы образования, в том числе и в Казахстане. В

качестве примера можно привести стандарты ACRL (Association of College & Research Libraries) опубликованные еще в 2000 г. и определяющие уровень знаний в области информационной грамотности в сфере высшего образования (Information Literacy Competency Standards for Higher Education) [10]. Достаточно широко описана в научной и педагогической литературе и, так называемая, «Медиа- и информационная грамотность». При этом следует отметить, и ориентацию в понимании трансграмотности на потенциально широкое восприятие области информации и коммуникации, как развивающейся среды, акцент на самостоятельность, аналитичность, «экологичность» (как определяют это свойство авторы концепции) – актуализированная возможность осмысливать не только готовые технологические решения, но и будущие, «неизвестные» технические и информационно-коммуникативные среды. Такое понимание отрывает возможность использования понятия «трансграмотности» в описании компетенций широкого круга профессиональных дисциплин.

#### Литература

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 400 с.
2. Тюмасева З. И. Диверсификация и конвергенция типов образования в аспекте идей Я. Коменского и В.И. Вернадского // Научный результат. Серия «Педагогика и психология образования». – 2014. – № 2. – С. 107-113.
3. Silverstone R. Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis. – Cambridge: Polity Press, 2007. – 215 p.
4. Luppici R. The Emerging field of Technoself studies (TSS) // Handbook of research on Technoself: Identity in a technological society / Ed. by R. Luppici. Hershey. – PA: IGI Global, 2013. – Vol. 1. – P. 1-25.
5. Фом Орде Х. «Цифровые аборигены» и их медиамиры: отправные точки развития медиа- и информационной грамотности // Медиа- и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е.И., Паршакова А. В. – М.: МЦБС, 2013. – С. 250-261.
6. Buckingham, D. The Media Literacy of Children and Young People. – London, 2004. – 218 p.
7. Федоров, А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в Британии, Северной Ирландии, Шотландии в начале XXI века // Медиатека и мир. – 2008. – № 2. – С. 87-94.

8. Ликет В. Можно ли говорить об «информационной трансграмотности»? // Медиа- и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е. И., Паршакова А. В. – М.: МЦБС, 2013. – С. 105-112.
9. Transliteracy Research Group. 2011. – <http://nlabnetworks.typepad.com/transliteracy/> 25.12. 2017 г.
10. Information Literacy Competency Standards for Higher Education (<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/standards/informationliteracycompetency.cfm>) 25.12. 2017 г.

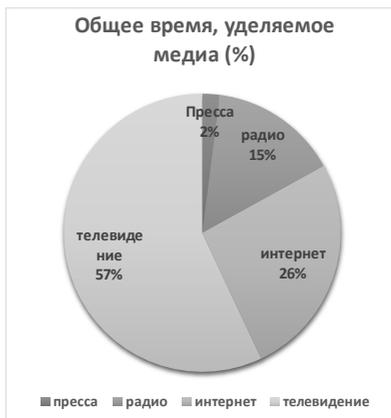
УДК 316.776.3

Рожков А.В.

### Рецепция медиапотребления казахстанцев в условиях глобальных коммуникаций

Тренды информационного развития все больше смещаются в сферу «потребление». Масштабные дискуссии 90-ых годов прошлого века о принадлежности газет, журналов, радио- и телепрограмм к категории «товары», окончились явным подтверждением именно этого тезиса. Прежний подход, которого придерживались некоторые исследователи, определявшие прессу только как «средство информации и пропаганды» и отрицавшие равенство между экземпляром газеты и банкой тушенки, оказался несостоятельным [1]. В настоящее время чтение, просмотр и слушание стали медиапотреблением. И от его количества и качества зависит в целом ситуация в средствах массовой информации. Рынок, к которому стремились в постсоветских республиках для создания новых общественных отношений, конечно, дал свободу и творчества, и производства. Но он поставил все редакции в жесткие условия конкуренции и даже выживания. Высокие расходы на производство газет и журналов, учитывая, что все полиграфическое оборудование и расходные материалы импортные, значительная стоимость доставки радио- и телесигнала, не покрываются продажами прессы и рекламой в эфире, поэтому бизнес, в конечном счете приносящий лишь убытки, никому не нужен.

С началом 2000-ых резко меняются аудитории. Теперь рецепция изменяется кардинально. Все меньше становится читателей, все больше – пользователей. Согласно данным крупнейшей исследовательской



компании «TNS Central Asia», озвученным на IX Медиаконференции в 2016 году, прессу раз в день читают всего 11%, радио слушают 34%, интернетом пользуются 47% и смотрят телевидение 78% населения [2]. На диаграмме представлено распределение времени аудитории на различные СМИ. Несмотря на интенсивное развитие интернета, среднесуточное время просмотра телевидения составляет 166 минут и практически не меняется за последние годы, тогда как время, уделяемое другим видам СМИ, сокращается.

В целом пока медиапотребление в Казахстане ниже чем, например, в других странах. И такая ситуация прослеживается в течение продолжительного периода. Согласно историографической статистики, к концу 90-ых годов XX века на 1 жителя Казахстана приходилось 40 экземпляров печатных периодических изданий в год. По данному показателю Казахстан среди 15 республик Советского Союза занимал 11-ое место, а 1-ое место – Латвия, где на 1 жителя было 164 экземпляра [3].

По данным на 2015 год в России медиапотребление всех видов СМИ достигло 8,5 часов в сутки, в то время как в Казахстане, по различным подсчетам, от 4 до 4,5 часов в сутки [4].

Газеты и телевидение всегда конкурировали друг с другом, а с появлением интернета аудитория все чаще стала обращаться к Всемирной сети. Сначала основным объектом внимания была разнородная информация, через некоторое время люди стали интересоваться там новостями. Далее в интернете расширился аудио, а потом видео сегмент. Таким образом появилось новое СМИ и многие поспешили сказать, что эпоха Гутенберга окончена [5]. Прежняя структура информационного обеспечения, в основе которой – профессиональная работа редакций, стала намного сложнее из-за снижения доходов, конкуренции с блогерами, доступностью любому желающему новых коммуникационных технологий.

Причины, изменившие медиапотребление, большей частью основаны на трансформации и появлении новых технологий:

- общая цифровизация медиа,
- персонализация средств и сред потребления,
- деформация спроса на продукцию СМИ и тематических интересов,

- сдвиги в распорядке дня большинства населения,
- смена поколений,
- конкуренция в медиабизнесе и медиаэкономике,
- демографическо-географический фактор.

Можно, конечно, провести, границу между использованием СМИ в городе и на селе, но разница будет лишь в долях из-за разной доступности новых технологий. Но уже, по сути, получилось так, что у урбанизированных жителей происходит не просто контакт с информацией через дигитализацию среды, а многие действия человека обусловлены влиянием новых технологий. Благодаря персональным гаджетам человек одновременно знает прогноз погоды, может вызвать такси, сделать заказ в магазин, купить билеты в кино. На таком фоне он или читает, или слушает, или видит новости в режиме реального времени со всего мира. Часть новостей и историй фактически не являются журналистским продуктом, а созданы корпорациями для продвижения собственных услуг или товаров и ассимилировались в информационном пространстве. Медиапотребление все больше абсорбируется, т. е. стирается грань между производителями контента и его потребителями. Среди молодого поколения Y, свыше 95% являются пользователями какой-либо социальной сети, из них около 70% регулярно размещает и получает там информацию.

Постоянно растет количество блогеров. Особую привлекательность блогам придают факторы практически полной свободы выражения, возможность ведения дискуссий в режиме онлайн, схожесть поднимаемых проблем и интересов, ненавязчивый стиль общения и обмена опытом. Многие СМИ используют блоги в качестве источника информации, называя автора или даже давая гиперссылку на сообщение. Появилась уже особая дефиниция – гражданская журналистика, при этом данное явление практически не отражено законодательно. Например, источником новостей о драматических событиях в жизни отечественного продюсера Баян Есентаевой большей частью были именно ее личные сообщения в Instagram. **Сетевые информационные агентства** сообщили о пожаре в комплексе «Алматы Тауэрс» на основе свидетельств очевидцев, деливших фото и комментариями о происходящем на личных пабликах. Или довольно необычная акция, проведенная в ТРК «АДК», когда можно было, придя туда

в купальной одежде, набрать на пять тысяч тенге товаров, которые им поместятся в руки, стала скандально известна благодаря личным сообщениями, фото и видео участников. Сейчас проявляются новые тенденции, когда пользователи создают свои блоги, но сами их не заполняют, они необходимыми им для чтения записей других. Порой первоначально малозначимое событие, попав в социальные сети, может быть разогнано до уровня масштабной социальной значимости. Самой яркой иллюстрацией является известное всем казахстанцам «дело Алиби» – очень запутанная криминальная история, произошедшая в Астане в апреле 2015 года. Таким образом видно, что информационная деятельность перестает быть прерогативой журналистов или PR-щиков, теперь для информации нет границ, а есть сильнейшая мотивация и технические возможности у каждого члена общества. Раньше такие возможности были только у СМИ, сотрудников редакций, а теперь фактически каждый человек может стать медиарупором. Таким образом, у традиционных СМИ, у журналистов появился еще один конкурент из числа собственной аудитории. И теперь современный медиадискурс и научные исследования не могут игнорировать складывающуюся ситуацию. Думается, здесь не нужно, как порой это часто бывает, доводить процесс до противопоставления или даже борьбы, всегда лучше найти точки соприкосновения. Например, можно платить гонорары гражданским журналистам, бесплатно предоставлять место для публикаций и сюжетов, совместно организовывать поиск информации, ее проверку, устраивать общие акции. Поскольку гражданская журналистика уже есть, она будет и далее развиваться, профессиональной журналистике выгоднее с нею кооперироваться, а не ставить ультиматум. Сотрудничество всегда лучше противостояния. Блогеры однозначно становятся «лидерами мнений», к которым прислушиваются массовые аудитории. Кроме того, журналисты сами активно приходят в ряды блогеров. Сотрудники крупных американских СМИ в обязательном порядке имеют блоги, паблики, и посредством столь простого, но очень эффективного инструмента, обеспечивают обратную связь с читателями. В целом нынешняя ситуация отчасти напоминает время, когда к сотрудничеству с прессой массово привлекались простые граждане советской страны, получавшие статус рабкоров, селькоров, военкоров, юн-

коров. Так, пока еще в черновиках, новые технологии XXI века создают контуры интерактивной коллективной информационной деятельности будущего.

Важно при этом сказать о сходстве и различии профессиональной и гражданской журналистики.

Во-первых, профессиональная журналистика – однозначно массовые коммуникации, а гражданская – это межличностная и групповая коммуникация.

Во-вторых, мотивация профессиональной журналистики – информировать, гражданской – самовыражаться.

В-третьих, профессиональная журналистика подчиняется законам СМИ и профессиональным стандартам, гражданская – не регулируется.

В условиях мультимедийности положение редакций, особенно экономическое, пошатнулось. Журналисты первыми вошли в рыночную экономику, у нас в стране более 90% СМИ – частные, по сути, живущие за счет прибыли от рекламы. А в связи с мировым кризисом количество рекламы снижается. К сожалению, это привело к сокращениям штатов редакций и даже закрытию отдельных изданий и каналов. Мультимедийность стала реальностью, журналисты через все виды коммуникаций предоставляют аудитории свою информацию. Понятие «мультимедийность» близко к действию «конвергентность». Это явление возникло сначала в СМИ Америки, затем в Европе, когда один медиапродукт может принять любую упаковку, а профессиональный журналист должен уметь подавать свою информацию в разных форматах. Например, республиканские газеты «Мегаполис», «Караван» в последние годы стали таким конвергентными медиа. Издается бумажная версия, в основном, с аналитическими материалами, а параллельно действуют информационные порталы, где есть как оперативные новости, так и фото, аудио- и видеоматериалы.

В нынешней аудитории, которая способна читать, воспринимать, понимать, растет число людей, которые не читают газеты и журналы, не слушают радио и не смотрят телевидение. Для них все СМИ заменяют интернет и мобильные сервисы. И чтобы не оказаться без них, а число таких пользователей увеличивается, редакции должны предлагать контент в форме привычной уже для них онлайн-среды.

Исследователи К. Мейер и Г. Кормелинк выделяют уже 16 типов потребления новостей [6]:

чтение	нажатие
смотрение	поиск
просмотр	ссылка
слушание	распространение
проверка	предпочтение
перекус	рекомендация
беглое просматривание	комментирование
мониторинг	голосование

Здесь мы наглядно видим, сколь разнообразны возможности у пользователя, нежели чем просто у читателя, зрителя, слушателя. Люди кардинально изменили типы прежнего потребления. Среди новых вариаций – «слушание видео», наиболее распространенный тип, когда из полноценного сюжета воспринимается только звук, или же обратный тип, «смотрение без звука», когда отключается звук и читаются титры. Новые вариации растут.

Несмотря на отсутствие исследований по Казахстану, опираясь на итоги изучения использования в качестве медианосителя телефона в мире, складывается картина, что мобильное потребление уже перегнало десктопное, а лидером применения при этом являются смартфоны. Практическое состояние исследований медиарынка в целом характеризуется ростом числа источников данных при отсутствии общепринятой официальной статистики развития медиасреды, проникновения технологий и услуг, а также взвешенной оценки объемов медиапотребления и его распределения по различным медиа, платформам и экранам [7]. Например, в России, более 40 процентов трафика крупнейших СМИ приходится именно на мобильные устройства, а у отдельных редакций оно достигает 80 процентов. Сложившиеся новые подходы со стороны аудитории заставляют перестраивать в целом прежние подходы журналистики. Ведь привычная газета не может в таком же виде, как на бумаге, представлять себя в телефоне, также нужно адаптировать привычное программное содержание телеканалов.

Восприятие через экран телефона другое. В частности, заголовки воспринимаются только при наличии с ними картинки. К тому же, реципиенты, использующие телефон, зачастую не дочитывают до конца публикации, не слушают полностью программы и не смотрят все передачи полностью. Трансформация происходит по принципу «стрим» – здесь и сейчас. Используя его, некоторые авторы пабликов, даже не написав ни одного текста, собирают за счет репостов и лайков многотысячные аудитории.

Традиционная журналистика пока не выигрывает от мультимедийности: хотя во многом в основе контента, используемого в социальных медиа, лежит профессиональная журналистская информация, СМИ не имеют от ее использования экономической выгоды. Фактически площадки пользования и контент доступны теперь любому человеку. И, скорее всего, успех в деятельности редакций будет зависеть от того, насколько они смогут привлекать на свои ресурсы новых пользователей, как смогут их удерживать, какие создадут сервисы для совместного творчества и пользования. Но в Казахстане пока ситуация в интернете не совсем адекватная. Опять же по разным оценкам, интернетом в стране постоянно пользуется свыше 50% населения (охват в городе и на селе при этом весьма разный). Но реклама в интернете занимает всего лишь 5 процентов от всего рынка, в то время как сегмент телевидения охватывает практически 70 процентов. Значит, пока не созданы инструменты монетизации, коммерциализации и над достижением рентабельности работы редакции в условиях мультимедийности нужно активно работать. На этом фоне стало активно развиваться Smart TV – телевидение, которое можно смотреть в любом месте. Но здесь также возникают определенные перекосы. Для пользователя более авторитетным и конкурентным является зарубежный контент, порой не суть важно, на каком языке. Соответственно, казахстанский контент становится или вторичным, или вообще не востребованным. Принимаемые государственные программы по информационной безопасности в республике пока реальных результатов не дали, глобальные явления оказываются однозначное сильнее локальных усилий.

Медиапотребление в условиях глобальных коммуникаций становится определенным статусным явлением. Таковую ситуацию почти век назад смог предвидеть американский ученый

Торстен Веблен [8]. Он верно указал, что «индивидуальный акт приобретения какой-либо вещи представляет собой (особенно в «машинную эпоху») не столько экономический акт товарно-денежного обмена, сколько акт «показного потребления», демонстрирующего принадлежность индивида к определенному классу». Пока априори процесс мультимедийности ведет, что парадоксально – к демассификации пользователей, интерактивность каждого человека ограничена физически определенным количеством медиа. Редакции регулярно заказывали или сами проводили исследования на предмет изучения состава своей аудитории. А теперь такие данные обязательно определяют корректировку стратегий и тактики в целом редакционной деятельности.

В отличие от традиционной журналистики, онлайн медиа требуют и новых форм организации творчества. Актуальной стала деятельность **сторителлера**. **Чаще всего под ним понимается работа по** созданию четких и привлекательных историй на материале обыденной жизни. Например, снегопад, пробки, люди не попадают вовремя на работу, а оказываются в травмпунктах, и сторителлер делает из данной ситуации захватывающий детектив. Другое направление – специалист по контакту с аудиторией, или же SMM-щик. Они уже активно работают в Алматы и Астане. SMM-специалист должен всеми возможными способами дополнить и обогатить журналистов в части получения и эксплуатации реакции необходимой аудитории. Такой специалист как бы постоянно завлекает аудиторию на свой ресурс. Не будет интереса – не будет посещений. В современной теории журналистики данные направления практически не обозначены, и, значит, требуют исследований. Но поскольку подобная работа дает эффект, за такими направлениями однозначно будущее в оптимизации творческо-технологического процесса редакций. В прежнем понимании данную деятельность вряд ли можно было отнести к журналистике. А теперь – веление времени.

Если в конце 50-ых годов ЮНЕСКО ставил вопрос об информационном голоде, то в настоящее время наблюдается информационный переизбыток. И именно он приводит к новому пониманию базы профессии, открытости содержания и создания облач-

ных редакций. Ученые, исследователи, с учетом казахстанских реалий должны помочь в выработке рекомендаций потребления журналистского контента.

### Литература

1. Средства массовой информации в социалистическом обществе. – М., 1989. С. 37.
2. <http://mediakuryltai.kz/category/presentazii/>
3. Печать СССР в 1990 г. – М., 1991. С. 221.
4. <http://www.computerra.ru/lenta/?id=126031>
5. Шрайберг Я.Л. Эпоха Гутенберга окончена?// Литература. 2008. № 18. С. 6.
6. Irene Costera Meijer and Tim Groot Kormelink. Checking, sharing, clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014// Digital Journalism. 2014. # 3(5). P. 664-679.
7. Полуэхтова И.А. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. С. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2199>
8. Веблен Т. Теория праздного класса. – М., 1984.

**Ruzin V.**

**Report at the 54 ABU GA held in Chengdu,  
China, October 31, 2017**

Eurasian Academy of Television and Radio is a non-profit public organization. Its creative platform extends from Beijing to Moscow and from Moscow to all Eurasian countries. In fact, the Great Silk Road is a Road of Eurasian integration which today we are rediscovering while speaking to the peoples of Eurasia in the language of the culture.

During the last 25 years there was only one civilization space – the Western information and cultural space. Today we live in a rapidly changing world. There appeared three new ones – Western, Eurasian and Chinese with different information and cultural spaces.

The western information and cultural space incarnated in Hollywood pretends to be a total expansion all over the world. But the world is more rich.

Each country got interested in preservation of its culture and its development.

Unlike Europe, Russia can agree with China and other countries, including the BRICS countries, about common values which form the common information space.

Eurasian Academy of TV and Radio is one of the largest creative unions, which builds its work towards the integration of cultures and civilizations.

Breaking down the long-standing boundaries in the information space is not an easy task as it may seem in the era of Global information Web. The old patterns of thinking are similar border posts and barbed wire which essentially isolate the nations and don't accept other people's cultural practices, language, religion.

The development of the Eurasian content is the only way to represent the visual culture of different countries on the national broadcasting and to express the advantages of each culture in the audio-visual form and their interpenetration and possible constructive interaction.

Today we should be like Chokan Valikhanov, Nikolai Przhevalsky, Semenov Tien-Shansky, Peter Koslov and other travelers and researchers who created the informational surface of the history and paved the way from Europe to Asia thus multiplying and opening the Eurasian Russia. We must reject the Eurocentric view of the world and re-pass the Great Silk Road in the name of the future without borders, so that to overcome the threats and challenges resulting from the separation of cultures and lack of constructive dialogue between the peoples of the world. Those expeditions reflect the hidden integration processes of the informational surface of the history.

Today people are writing new chapters and dialogues on the informational surface of the history and the peoples learn to live again on Earth. In place of the «silk» which has united the people of the Great Silk Road we meet stream culture.

The visual dialogue of cultures is a new Silk Road, which creates spiritual and information space, uniting the nations for a common Eurasian future with a sustainable economy and a common social policy, but, more importantly, with mutual spiritual development.

Joint film and television projects are the base for a new information and cultural platform which makes it possible to create the ways of reflecting the world in all its variety and different views.

During the last 3 years Eurasian Academy has produced three documentary projects based on the common historical and cultural heritage which put the considerable impact in the program of Pairing the New Silk Road Economic Belt with Eurasian Economic integration.

On the one hand, of course, we're moving forward. On the other hand, this is absolutely insufficient as compared to the tasks to be solved and the height of the relations between our two countries established by the President XI Jinping and President Putin. .

In 2015 Guangxi TV together with Eurasian Academy completed the first Russian-Chinese documentary series «Looking for the Babushkins».

The 3-episodes series was successfully broadcasting on Guangxi TV, «CCTV-4» and «CCTV-10» during the joint celebration of the 70th anniversary of Victory in World War II and the Great Patriotic war.

In addition, in 2015, Eurasian Academy initiated the creation of the Russian-Chinese documentary film «Russian Falcons in the Sky of

China» (Studio «Miriam Media, EATR, Chuangshiji Classic Culture & Art Co., Ltd.) about the joint struggle of Soviet and Chinese pilots against Japanese militarism.

In 2016 Eurasian Academy and Hong-Kong Satellite TV co-produced a documentary project «Common Victory: At the Walls of Moscow. Battle of Changsha». The film tells about China's role in the World War II and its contribution to the allied victory in the anti-fascist coalition.

We launched a new TV drama project «Bright Skies». This a co-production of the Russian Film company «Mars Media» and Beijing company «Jingdu Wenhua Century Culture Development» with producers Yuo Xiaogang and

Igor Prokopenko (both of them are vice-presidents of Eurasian Academy).

Eurasian Academy has initiated the establishment of the Russian-Chinese Production Center of the BRIICS countries («Silk Road Media»). Its main task is search, development and joint production of the projects in the field of media.

In 2017 TV BRICS started broadcasting in Russia, and all the above mentioned projects were aired.

For the soonest providing the creation of the information and cultural space of the BRICS countries and the content of TV BRICS Eurasian Academy has prepared more than 100 projects for coproduction. We've signed several agreements including a feature film «Cambei» with participation of three countries – Azerbaidjan, China and Russia. Now we've been discussing the joint documentary projects China-Russia-Kazakhstan.

Султанбаева Г.С., Ложникова О.П.

**«Мәңгілік Ел»:  
в ракурсе коммуникационной стратегии**

Философский дискурс вокруг идеи «Мәңгілік Ел» в Казахстане обусловлен важностью задач, стоящими перед государством в современный непростой исторический период. Обмен мнениями продолжается, и выделить главную составляющую в потоке мнений возможно, проведя анализ трудов ученых-исследователей.

Сегодня на повестке дня стоит разработка и реализация гуманитарного базиса, определяющего концепцию «Мәңгілік Ел» как своеобразную матрицу интеллектуального общества Республики Казахстан. В этой связи исследование гуманитарных технологий, направленных на развитие интеллектуального капитала нации и формирование «гражданина интеллектуального общества» Казахстана представляется не просто научной, но политической задачей. По мнению казахстанских ученых, «на современном этапе при формировании «гражданина интеллектуального общества» должно реализоваться комплексное исследование гуманитарных технологий, влияющих на общественное сознание и результаты стратегических целей. В период оперативного развития мировых экономических, социально-политических процессов определение духовных ценностей и идеологических принципов казахстанского общества, направление их на положения цивилизации является актуальной проблемой» [1].

Развитие новой научной технологии в Казахстане, в том числе развитие новой области – сферы гуманитарных технологий, которые являются основами формирования духовно-моральных ценностей общества, можно рассматривать как способ получения ответа на насущные вопросы современности. В целом идея гуманитарной технологии позволяет по-новому рассматривать гуманитарные науки, возможности их влияния на состояние общества и жизнь человека.

Так, объектом данного научного исследования стала разработка гуманитарного базиса, определяющего идеологическую

концепцию «Мәңгілік Ел» и влияющего на формирование общественного сознания гражданина – патриота Казахстана, достойного члена интеллектуального общества нашей страны. Согласно разделу календарного плана научных исследований был проведен анализ работ отечественных и зарубежных авторов, посвященных исследованиям гуманитарных технологий и основам гуманитарного базиса для реализации поставленных целей в аспекте формирования нового казахстанского патриотизма.

Исследовательской группой были рассмотрены и проанализированы труды швейцарского ученого Карла Эрика Свейнби, который считает, что сегодня в области управления знанием нужно рассматривать новое явление – интеллектуальные информационные технологии, которые помогают человеку ускорить анализ политической, экономической, социальной ситуации и помочь принять правильные решения. ИИТ формируются при создании информационных систем и информационных технологий для повышения эффективности управления знаниями, принятия решений в условиях, связанных с возникновением проблемных ситуаций.

Книга Лейфа Эдвинссона, Майкла Мэлоуна «Интеллектуальный капитал» занимает особое место среди иных работ в этой области, прежде всего благодаря четкости сформулированных в ней определений и выводов, а также тому, что большинство выдвигаемых авторами положений не только подкреплено данными прикладных социологических исследований, но и реально используется в практике современных корпораций [2].

Авторы придерживаются весьма широкой трактовки интеллектуального капитала, относя к нему фактически все виды не поддающихся традиционным оценкам ресурсов современной корпорации. Выделяя в пределах интеллектуального капитала «человеческий» капитал (human capital) и «структурный» капитал (structural capital), Эдвинссон и Мэлоун отмечают, что каждая из этих форм «капитала» порождена человеческими знаниями и именно их совокупность определяет скрытые источники ценности, наделяющие компанию нетрадиционно высокой рыночной оценкой [3].

В труде Брукинг Энни «Интеллектуальный капитал» подчеркивается, что в третьем тысячелетии наибольшую ценность будут иметь такие факторы, как квалификация работников, передовые

технологии, корпоративная культура. Все это Энни Брукинг предлагает включать в состав интеллектуального капитала.

Разработка гуманитарных технологий для педагогической деятельности определена рядом обстоятельств:

Во-первых, происходящие социально-экономические преобразования обусловили обновления системы образования, когда во главу угла ставятся взаимоотношения в системе «человек – человек»;

Во-вторых, гуманизация образования, отказ от авторитарного стиля руководства требуют поиска новых средств, методов, форм организации конструктивного общения участников образовательного процесса, способствующего обеспечению психологической безопасности образовательной среды;

В-третьих, усиление гуманитаризации предполагает повышение эффективности образовательного процесса на основе знания особенностей воспитанников и учеников, что предполагает анализ интересов, потребностей, мотивов, то есть гуманитарных знаний об их личности;

В-четвертых, происходит изменение отношения педагогов к пониманию жизненной успешности. Сегодня педагоги все больше стремятся к самоактуализации в профессиональной деятельности, которая возможна при достижении педагогически значимых результатов, убежденности в своих профессиональных способностях, уважению коллег и учеников;

В-пятых, вхождение общеобразовательных учебных заведений в рыночные отношения, создание новых типов учебных заведений создают реальную ситуацию их развития и совершенствования в целях достижения конкурентоспособности на основе освоения новых технологий работы с людьми.

Наличие образованной молодежи и концентрации научной деятельности, особая среда содействия развитию новых знаний и технологий, стремление каждого человека к инновациям и саморазвитию свидетельствуют о способности государства сделать технологические прорывы. В связи с этим Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев уделяет особое внимание вопросу подготовки кадров новой формации. По его инициативе государственная программа развития образования была составлена, новый закон образования и науки был принят, были определены

соответствующие меры по совершенствованию действующей системы подготовки и переподготовки кадров, образование модернизируется, создаются новые интеллектуальные школы, инновационные модели вузов создаются на базе Назарбаев университета, обучение международного персонала ведется в рамках программы «Болашак».

Тысячелетняя казахская культурная традиция выработала и сохранила законы нравственности. Эти законы усваиваются отдельным человеком не как результат индивидуального жизненного опыта. Они бережно сохраняются и передаются от поколения к поколению как бесценный духовный опыт многих поколений, прививаются через процесс воспитания. Роль духовной памяти играют национальная ментальность, национальные обычаи и традиции, не последнее место занимает в воспитании и простая доброта матери, теплота отношений семейной жизни, а мудрость государственного лидера способна изменить ход истории.

Мысль о формировании национальной идеи «Мәңгілік Ел», высказанная Президентом Нурсултаном Назарбаевым, стала особой частью его Послания в этом году. На сегодняшнем этапе развития страны национальная идея просто необходима: казахстанцы уже приступили к реализации задач «Стратегии-2050», но предстоит сделать еще очень многое. И национальная идея объединит наши стремления и силы. Идея «Мәңгілік Ел» преподносит Казахстан не просто, как страну, а как нацию, как единое целое. Мы должны развиваться не только экономически, но и духовно. И, несмотря на свою многонациональность, Казахстан сумел создать единую, общую идею. И это то, что мы искали всю жизнь. Национальная идея «Мәңгілік Ел» – это результат независимости, а корни ее уходят в далекую древность.

Собственно, сам факт, что автор концепции, Глава государства обозначил идею, свидетельствует о необходимости критического пересмотра устаревших концепций, имевших следствием дегуманитаризацию образования, как начального, среднего, так и высшего, когда цели образования и патриотического воспитания подменены узкими задачами обретения некоего выхолощенного минимума навыков и умений. Своевременность концепции «Мәңгілік ел» безусловна. Конечной целью проекта «Мәңгілік Ел» является одухотворенный народ, энергичная мотивированная

молодежь, креативные менеджеры, и достичь этой высокой цели возможно посредством хорошо поставленной образовательной концепции.

Как известно, Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев считает формирование исторического сознания нации, сохранение культурного наследия национальным приоритетом. В связи с этим необходимо усилить и продолжить работу по выявлению новых культурных источников и артефактов, которые являются важной составляющей этногенеза и казахской нации, и мировой культуры. Результаты фундаментальных и прикладных исследований могут помочь в развитии отечественной исторической, политической наук, а также пополнить различные фонды и библиотеки.

Комплексный междисциплинарный научный подход к изучению роли и места Казахстана в мировой системе, анализ имеющихся здесь вызовов и угроз, учет политической и культурной специфики соседних регионов и стран, проведения реформ, этнического менталитета, а также ретроспективное освещение историко-культурных взаимовлияний цивилизации Запада и Востока является чрезвычайно актуальным.

В данный исторический период приоритетным направлением государственной политики считается информационная стратегия. Это требует дальнейшей реализации социально-политических и экономических реформ, проводимых властью, а также профессионального и грамотного, системного и эффективного проведения информационной коммуникационной политики. В связи с этим возникает необходимость в разработке коммуникационной стратегии, основанной на духовно-нравственных нормах, ориентированных на формирование общественного сознания гражданина интеллектуального общества. Разработка механизмов реализации коммуникационной стратегии в рамках государственной информационной политики Казахстана является залогом дальнейшей модернизации политических и гуманитарных коммуникационных процессов.

Как показывает опыт развитых стран, эффективная и действенная реализация гуманитарной коммуникации через каналы массовой информации обосновывает взаимоотношения государства и общества, их сложную и многогранную системную

деятельность. Таким образом, совершенствование деталей коммуникации через СМИ является залогом дальнейшего развития общества.

Процессы демократизации и модернизации в обществе идут вместе с усилением роли отношений СМИ и государства, а также внедрением новых передовых технологий в области массовой коммуникации и государственным регулированием пространства массовой информации.

В бывших советских странах наблюдалась мобилизация процессов, касающихся методов отношений власти, СМИ, и масс. Сегодня перед казахстанскими средствами массовой коммуникации стоит задача идти в ногу с процессами развития гуманитарной коммуникации, использования гуманитарных технологий на глобальном и региональном уровне. В этой связи исследовательской группой разработана следующая концепция коммуникационной стратегии:

1) систематизация стратегических механизмов эффективной реализации гуманитарной коммуникации через каналы СМИ;

2) создание аналитических структур, в задачу которых входит сопровождение информационной политики Казахстана в рамках стратегии развития человеческого капитала и интеллектуального потенциала нации;

3) развитие коммуникационных процессов, воздействующих на дальнейшую модернизацию общества с помощью каналов массовой информации;

4) повышение оперативности сообщений и требований к объективности распространяемой информации; совершенствование информационной политики РК;

5) организация мероприятий по повышению мотивации казахстанских средств массовой информации, реализующих и участвующих в процессах формирования гражданина интеллектуального общества;

6) организация деятельности независимого электронного посольства, совершенствующего электронный диалог между властью и массой, ценности демократии и усиливающий действенность проекта казахстанского электронного правительства.

7) формирование национальной политической системы, организующей и реализующей информационные общенародные

кампании, направленные на развитие человеческого и интеллектуального капитала в Республике Казахстан;

8) развитие новых медиаплатформ для обсуждения и стратегии продвижения традиционных национальных ценностей в контексте формирования нового казахстанского патриотизма;

9) обеспечение равных условий доступа к информационным ресурсам для всех категорий населения Казахстана, возможность обсуждения новых парадигм общественного развития;

10) разработка информационно-коммуникативных технологий воздействия на общественность как механизма анализа, определения ближайшего будущего и эффективной реализации информационно-коммуникативных процессов в повышении интеллектуального потенциала и формировании интеллектуальной нации Казахстана.

Для реализации данной коммуникационной стратегии необходимо разработать механизмы, обеспечивающие все меры, и их непрерывную реализацию, внедрение системы совершенствования процедур распространения государственной информационной политической позиции, повышения профессионального уровня информационной деятельности власти, предложение механизмов модернизации политики государственного информационного менеджмента. Также необходимо создание сети профессиональных медиаменеджеров, мобилизующей и регулирующей деятельность и информационную политику.

«Одна из главных задач нашего государства сегодня – воспитание поколения, хорошо знающего традиции родной культуры, любящего историю своего народа – поколения, которому можно доверить будущее страны. В стране растет активное и целеустремленное молодое поколение, свободно владеющее несколькими языками, освоившее современные информационные технологии. Но где гарантия, что это не будут чуждые чаяниям народа технократы, не знающие родной истории, своих корней, не осознающие себя наследниками и продолжателями великой степной культуры? Молодое поколение, не усвоившее духовные ценности своего народа, уроки родной истории, может захлебнуться волной глобализации и пойти на поводу различных догматических течений. Это означает, что наш долг – воспитать молодых казахстанцев в духе патриотизма, любви к родному народу», – отметил Президент Казахстана [4].

Курс Главы казахстанского государства на формирование капитала нации является залогом устойчивого развития Казахстана на длительную перспективу. Развитый, образованный, самостоятельный, уверенный в своих силах, успешный и ответственный гражданин – основа и опора свободного и процветающего Казахстана. Новый казахстанский патриотизм является уникальной формулой, которая гармонизирует любовь к родине, традиции и инновации. Фундамент казахстанского патриотизма важен как равноправие всех граждан и ответственность перед Родиной, ее будущим. Новый казахстанский патриотизм выступает интегративной основой общественного сознания полиэтнического народа Казахстана. Его основными чертами являются: отказ от иждивенческих настроений и опора на свои силы, получение образования и квалификации, расширение знаний и кругозора, совершенствование умений и навыков, использование возможностей, предоставляемых государством. Новая общественная идеология и новое казахстанское общественное сознание, должны сформировать у каждого гражданина РК убеждение, что главной формой богатства страны становится опережающий уровень интеллектуального и духовного развития населения, принимающий форму человеческого капитала и обеспечивающий инновационный процесс в каждой сфере человеческой деятельности.

Для реализации данной коммуникационной стратегии необходимо разработать механизмы, обеспечивающие все меры, и их непрерывную реализацию, внедрение системы совершенствования процедур распространения государственной информационной политической позиции, повышения профессионального уровня информационной деятельности власти, предложение механизмов модернизации политики государственного информационного менеджмента. Также необходимо создание сети профессиональных медиаменеджеров, мобилизующей и регулирующей деятельность и информационную политику.

Планирование и организация мер в данном направлении находится в компетенции информационно-аналитического представительства. В качестве разработки позиций, совершенствующих установки казахстанских средств массовой информации на формирование интеллектуальной нации, механизмов их реализации рассматриваются поддержка медиатехнологических методов (ме-

диатестирование, медиамониторинг, промо-акции, высокий рейтинг по индексу стабильности СМИ, информационные кампании, направленные на открытие деятельности распространения общественных сообщений), привлечение правительственных, национальных и международных пресс-служб, холдингов масс-медиа и национальных корпораций.

Меры в данном направлении должны обсуждаться, анализироваться в институтах власти, гражданского общества и масс-медиа и выполняться по согласию всех сторон. В результате данная концепция должна служить основой сохранения демократических ценностей, влияющих на процессы дальнейшей модернизации Казахстана, формирование интеллектуального капитала и устойчивого человеческого развития. Принятие многочисленных информационных потоков и их анализ человеческим интеллектом является сложным процессом. Поиск правильной дороги и верное направление духовного компаса общества – это задачи власти и научного сообщества.

### Литература

1. Сайт КазНУ им. аль-Фараби. [Электронный ресурс] URL: [www.kaznu.kz](http://www.kaznu.kz)
2. Проект стратегии развития РКП «Национальная Академия образования им. И. Алтынсарина МОН РК» до 2020 года. Астана, 2014. [Электронный ресурс] URL: <http://nao.kz/content/view/2/239>
3. Муканов Б. КазТАГ. [Электронный ресурс] URL: О Молодежном движении «Мәңгілік ел» [Электронный ресурс] URL: [www.zhastar2050.ukgu.kz/](http://www.zhastar2050.ukgu.kz/) (03.10.2015)
4. Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты: [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.akorda.kz/kz/addresses/memleket-basshysy-nnazarbaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy-2015-zhylgy-30-karasha>

**Sultanbaeva E., Saduakasov A.**

### **Relevancy and structure of mass communication as the subject of media culture**

Culture is a multifaceted, multi-disciplinary, complex structure. Its elements are dynamically interconnected, interacting with each other mechanically. Culture consists of communication and communication within its «inland territory» and «recognition of the language as a means of communication to the outside world. Cultural communication is a direct communication tool – a language problem. In the semiotic theory of culture, cultural communication is regarded as the language of its own characteristic system. That is, the language of culture can be obtained from different spheres – painting, melody, poetry, literature, philosophy, architecture. During the cultural communication, it was said that a great deal of attention was given to artistic aesthetic communication.

Culture, firstly, serves as a human being. It is a symbol that directly links culture to other social services and is directly related to its core content. Secondly, culture is a continuation of cultural and heirloom. Cultural media can include traditions, customs, ceremonies, language, language and art. Thirdly, the cognitive-heuristic role of culture is great. Fourth, culture has organizational and regulatory qualities. Fifthly, communication, communication services are one of the functions of culture [1].

The formation of postindustrial society in the modern world has led to the contradictions of the high-tech environment of human being, which relates to the progressive development of new forms of social life of human life and the fundamental spiritual and cultural basis. The intensity of high social connections in innovation in the techno-technological sphere is definitely determined. As a result, transformations of traditional social institutions lead to new forms of social cohesion. On the one hand, aggravation of social spaces changes the changing standards that are associated with innovative forms, creates new models of human activity, and increases the social fabric. In today's world, the technical priorities serve the public, the lifestyle,

the social group, and the society lead to the radical transformation of the values, the interaction of traditional sociocultural forms has eliminated their potential and led to illusion. At the same time, the necessity of factors influencing the change in social-life patterns, which can be characterized by the complexity of the structure of the social relationships that turn into a media problem in the constantly expanded problem context. The problem of the media environment in the field of socio-humanitarian education has led to the actuality of the phenomenon of media mediation, which is one of the main factors in the development of social life. What is the legal and social-philosophical reflection of media and media culture? If we focus on the history of philosophical education, each stage is itself a new social philosophic, and its territory beyond the boundaries of this philosophy is extensive.

In the social life of media culture, they come from a variety of positions, with the following terms emerged in the theory of mass communication: «information», «communism», «electronic culture», as well as «virtual reality», «cybercrime» «noosphere» and « etc. The term «media» is used as a component of the use of different academic schools, for example: media culture, media education, media education, media, media, media psychology, media, media management, and even more.

Medieval culture is an industrial culture that is organized for the public and for mass use. This is to a certain extent the form of commercial culture, its products are to some extent aimed at generating income. Media culture strives for a broad audience and therefore focuses on current issues and topics that are relevant to the community». The conceptions of Douglas Kellner as a «third generation» researcher looking for globalization issues are often aimed at presenting media as a dominant phenomenon in the modern media. Signs of mediocrity have a power in the hands of those who have the power to make the most of their social life. Our actions and behavior are also influenced by the media. This is the truth in this society in which we live [2].

In the post-industrial society, knowledge and information play a crucial role in society management. Mass media are the only means of distribution of new knowledge and information, so they have media culture value.

Formation and activity of mass ideology, public consciousness, state symbols, doctrines, official norms, lawful acts, and also oppositional reflections and opinions of various actors in power – all those factors form the specific media culture process. Its value is that media culture subjects in the course of an exchange of messages let various contractors know about their activity, and establish the relations which are necessary for execution of various media culture roles.

The target human relations assuming an exchange of different data and messages and their application unite media culture systems on different levels give the chance for the power structures to operate the state and the society.

Not all messages and appeals in policy are valuable for everybody. Media culture information consists in those data which influenced adoption of key decision in the government or on performance of a certain activity. In this case information is considered as the prerequisite for actions of any media culture subject; from the media culture point of view it is studied as the important resource giving chance to establish the effective relations for achievement of definite purposes. Depending on existence or absence of necessary information, the subject can take the power or lose it, and also increase its interests and influences in order to realize them. Thus, the possession of necessary information turns into a main goal of the subject acting and interested in policy.

There is a need of application of technical means for distribution of information in all countries. Therefore information processes consist of necessary structural elements such as technical channels distributing, or transferring information, and also the structures which allows to fit the data together, to observe, to store and to protect it.

The non-uniform perception of information by the personality, leads to various understanding of the contents according to certain rules, skills, abilities in the course of information exchange.

Generally speaking, in course of policy consideration from information and communicative point of view it can be treated as the social integrity making institute and the structure intended for accumulation, receiving and processing of the information allowing media culture subjects to carry out various roles and actions. From the point of view of technical components of information exchange, the

policy can be considered as social and technological structure aimed at target transfer, exchange of information, and information security. K. Deutsch's concept theoretically found the vague continuation. For example, German philosopher Yu. Habermas, focusing on communicative actions and the corresponding elements (such as values, norms, training actions) considers them as bases of social and media culture disciplines [3].

As it was shown in the process of modern media culture system development, the tendency of strengthening of a role played by information technologies in organization of society life, first of all in media culture life of largest economies, takes place. It especially concerns additional technical capabilities in election process (including electronic system of interactive means of communication), in increase of a role and value of mass media in media culture processes, elimination of old hierarchical communications in public administration, strengthening of independence on lower levels of public administration, etc.

Though technical means are also the prerequisite of capability enhancement in activity of media culture institutions and subjects of the power, they do not play the major role in interests of media culture groups, solutions of the conflicts and contradictions between them.

Purposes and methods, structures and participants on various levels of media culture processes, and also other parameters of government decisions representation are defined by existence of complicated and various communicative means of information exchange.

According to G. Lasswell, it is necessary to define a basis of components answering such questions as: Who told it? What was told, what channel was it, and how did it work? [4].

Canadian scholar J. Thomson who proposed to investigate more complicated structure of communicative and information processes at the different levels allocates semantic, technical and influential levels of information and communication [5].

Taking those levels into account we are allowed to distinguish substantial and qualitative signs of information and communication processes. On the one hand, it defines existence of these processes, and on the other hand it gives the chance to consider influence of interaction between media culture subjects and their information partners.

Semantic level designates implementation of sign and language forms in the course of communication and information transfer between subjects. So that, in accordance with J. Thomson, people considered language means, used in the process of communication (signs, symbols, images) as the most important one.

These means influence contents and meaning of the transferred signs and messages and ensuring their correct perception by recipients. Media culture actors use a lot of language means which are verbal and nonverbal (gestures, mimics, body language, pause between words, conversation etiquette, etc.).

J. Thomson considers that the government and its structures have to apply the information in that language form which would make imperceptible the contradictions between highly-qualified and unexperienced users of information. That is why, application of the language forms which facilitate understanding of its concrete meaning, in the official text, is considered as an effective way and decisiveness of media culture communication process. Therefore, he expresses the opinion concerning multilingual, linguistically various character and semantic integrity of the information provided by the government [6].

In implementation of information relations in policy, technical devices used by actors, are also very important. It is based on the technological level of information and communicative processes in policy.

The information activities of media culture subjects are based on functioning of specially organized structures which experts, data, database, and also networks and technologies of storage and information transferring.

In settling of information connection the role and value of the technical means used for communication is defined by delivery of messages to the target audience in the appropriate time and unaltered form.

In information communication, use of technical channels designates need of development of several ways for distribution of official information as important government institute. Visual and electronic information may be represented in oral form (briefings and interview of the leaders, etc.) or in written form (bulletins and information addresses, publications in periodic the press of the government); also they may be visualized (plots and materials on the

state and local TV channels, systems and communication networks, broadcasts) [7].

Technical capacity of the state has to correspond to adoption of the messages available to the population. If those requirements are not fulfilled, information and technical standards will not help to establish the dialogue between the certain part of the population and the government. Also, in order to protect security information from competitors and opponents, the government has to improve constantly methods and means of information protection in networks.

Considering the following level of a consequence of information and communicative process, the researcher comes to the following conclusions. Firstly, influential level in the course of media culture information defines the impact of information on consciousness of the person in information and communicative activity of the state.

The above-named information and communicative connections and components of levels of the relations are characterized by situations, related to spiritual influence of the purposes, values and ideas, which are offered to people from the government and the party. At this structural level, the actual sources, prerequisites and efficiency of factors of idea and proposals in information space are defined. Media culture subjects used for increase of efficiency of such kind of activity have to consider conventions in submission of information and feature of the audience perceiving any information. The offered mottoes and appeals have to correspond to conditions of the social environment and have the directed impact on group or mass consciousness, customs and traditions designating the dominating stereotypes and skills.

So, first of all, in policy information and communicative processes are considered important. In the organization of information relations for establishment of communication with public opinion start anew to work specially prepared media culture agents. Special official institutes of the state (their leaders and heads, and also information departments of public relations) treat them.

Main goal of Institute of media culture researches of Kazakhstan is to provide the scientific analysis of activity of the President of Kazakhstan. Today the institute is the only scientific center dealing with strategic problems of domestic and foreign policy of our country. Specialists of institute bring media culture information of the state value to the population in time, offer her exact explanations, and also

develop expert views and judgments in the field of economy, safety, societies, stories, cultures and transmit them through mass media. At institute there are working a group of scientists consisting of experts in areas of media culture science, history, economy and sociology. The institute is an information and communicative field of the analysis and transfer to the population of the media culture directions and positions of the state.

### Referenses

1. Boreyev V. Kovalenko Culture and Mass Communications. – М.: Nauka, 1986. – 215 p.
2. Kirillova N.B. Mediaculture: from modern to postmodern. – М.: Academic Project, 2005. – p.7.
3. Kogan LN Theory of Culture. – Sverdlovsk: USU, 1994. – P. 125
4. Lotman Yu.M. On art. – St. Petersburg, 1998. – P. 67.
5. Deutsch K. W. From the industrial society to the information society – crises of transition in society, politics, and culture. – Berlin: IIVG, 1981. – S. 21
6. Hobbes T Leviathan: about man, psychology. About the state. M: In the presentation of Arkady Press, ed-ya P.P.Soykeska. – 1902. – 59 pp.
7. Kulsarlieva A.T. Modern culture. – Almaty, 2008. – 130 p.

**Abstract:** The main object of research is definition of the new term «media culture». In the given article such definitions as information and communication are considered as an instruments of humanity in the process of historical development of the «Pocket PC and culture». Also Mass media communication and culture are also considered as a historically established system as a result of a combination of material (technical) and spiritual values in the field of the media, their origin and interaction.

**Key words:** media culture, popular culture, media, MASS MEDIA, information and communication tool, media community, information society.

**Аңдатпа.** Мақаланың негізгі зерттеу нысаны «медиамадениет» терминінің өзіндік жаңаша тұжырымына анықтама беру болып табылады. «БҚК және мәдениетке» тарихи даму процесінде адамзат тарапынан қалыптасқан ақпараттық-коммуникативтік құрал ретінде тұжырымдама жасалады. БҚК және мәдениет сонымен қатар, медиа саласындағы материалдық (техникалық) және рухани құндылықтардың жиынтығы, олардың тұтынушы мен өзара әрекеттестігі нәтижесінде тарихи орныққан жүйесі ретінде де қарастырылады.

**Түйін сөздер:** БҚК, мәдениет, бұқаралық мәдениет, медиа, ақпараттық-коммуникативтік құрал, медиакеңістік, ақпараттық қоғам.

**Аннотация.** Основным объектом исследования является определение нового термина «медиакультура». В статье рассматриваются такие определения как информация и коммуникация в качестве инструмента человечества в процессе исторического развития «СМК и культуры». СМК и культура также рассматриваются как исторически сложившаяся система в результате сочетания материальных (технических) и духовных ценностей в области средств массовой информации, их происхождения и взаимодействия.

**Ключевые слова:** СМК, культура, массовая культура, средства массовой информации, информационно-коммуникационное средство, медиа-общество, информационное общество.

Шорохов Д.П.

**Тенденции развития спортивного дискурса  
Youtube-каналов  
Казнета и Рунета в контексте медийной  
и информационной грамотности**

Стремительное развитие IT-индустрии и повсеместное распространение интернета оказывают кардинальное влияние на информационно-коммуникационные процессы. В этих сложных условиях, сочетающих в себе с одной стороны признаки информационной насыщенности, или даже избыточности, а с другой – откровенной нестабильности, о чем свидетельствует колоссальный поток «фэйковых новостей», – рядовому потребителю информации просто необходимо на что-то ориентироваться. Одним из таких ориентиров, рекомендованный ЮНЕСКО, является медийная и информационная грамотность (МИГ).

Природу, структуру и «экосистему» МИГ мы уже рассматривали в статьях, вышедших в предыдущих номерах данного сборника. МИГ обширна и охватывает практически любую сферу человеческой деятельности. Одним из важнейших ее преимуществ является сбалансированный подход, который с одной стороны заключается в понимании и освоении разностороннего применения новых возможностей IT-индустрии, а с другой – обращает большое внимание на анализ содержания практически любого медийного дискурса в контексте формирования ценностных ориентиров. Говоря другими словами важно не просто научить людей пользоваться новыми гаджетами или разного рода сервисами, но и культивировать социальную ответственность участников коммуникационного процесса, особенно когда речь идет о массовой информации.

В то же время говорить о том, что МИГ – это абсолютно универсальное средство, которое не имеет недостатков, было бы некорректно. При всех плюсах, есть и некоторые слабые стороны. В частности, то, что здесь слишком большая ставка делается на

самоцензуру участников коммуникационного процесса. Схематично это выглядит так – все беды от незнания, главное научить человека, что хорошо, а что плохо. Это по меньшей мере немного наивно. Помимо знания должны быть еще и другие регулирующие механизмы – какие-то рестриктивные меры со стороны государства. Вот только вопрос, где и как нужно проводить эту черту, ограничивающую свободу творчества и самовыражения. Ответить на него сложно, и возможно, в будущем мы попытаемся, взвесив все pro и contra, предложить собственное видение по этому поводу. Однако прежде, чем приступить к этому в первую очередь необходимо исследовать сам медийный дискурс во всем его многообразии.

В принципе анализировать можно любое тематическое направление, будь то политика, экономика, частная жизнь и т.д. Можно рассматривать любую блог-платформу или соц. сеть – facebook, Instagram или telegram. Однако здесь как никогда уместно вспомнить крылато выражение «qui nimium probat, nihil probat» – кто доказывает слишком много, тот ничего не доказывает. Поэтому необходимо выделить определенный сегмент, репрезентативно отражающий все самые главные тренды медийных потоков. Таким сегментом на данный момент, безусловно, является Youtube, где сконцентрированы практически все мировые СМИ и который без преувеличения смотрят миллиарды людей.

Что же касается выбора тематического направления, то так как принципиального значения не имеет, с чего начинать, мы остановимся на спорте и пропаганде здорового образа жизни. Это актуально сейчас, тем более что в ближайшее время нам предстоит стать свидетелями зимних Олимпийских игр в Пхенчхане.

В данной статье мы не будем рассматривать непосредственно саму Олимпиаду, хотя и здесь есть масса интересного. Скажем, ситуация со сборной России или выступление спортсменов Северной Кореи. Также вне поля нашего внимания останется область того, как ведут себя в этом направлении традиционные СМИ. Нас в первую очередь интересуют «влогеры», то есть видео блогеры. Именно они сейчас составляют реальную конкуренцию журналистам, более того на телевизионных каналах стало доброй традицией использовать сюжеты и видеоматериалы с различных Youtube-каналов самой разной направленности и тема-

тики. Попробуем разобраться какие плюсы и минусы получают зрители, что они могут почерпнуть для себя нового и полезного. Сконцентрируемся на нейтральных и позитивных моментах, для того, чтобы в следующем исследовании сосредоточиться исключительно на негативных аспектах.

Начнем с того, какой спортивный контент выкладывают пользователи Youtube. Прежде всего – это соревнования. Болельщики делятся успехами своих фаворитов. Довольно часто встречаются небольшие мотивационные ролики, где мужчины и женщины выставляют на показ свои атлетические развитые тела. Обычное они сопровождаются музыкальной аудиодорожкой без каких-либо комментариев или текста. Мужчины в них выглядят брутальными, а у женщин акцент делается на пластичность, гибкость и подчеркнутую сексуальность. Появился даже отдельный термин – «фитоняшки», происходящий от сочетания слов фитнес и неологизма «няша», так на жаргоне анимешников называют милого человека. Яркий пример – «Amazing workout girls awg» [1]. Подписчиков обычно у таких каналов не много, зато просмотры они набирают солидные – в пределах миллиона. По большому счету – это разновидность гламура, которым буквально переполнен Instagram.

Настоящее же блогерство начинается с того, когда кандидаты и мастера спорта создают собственные каналы, где раздают советы, передают опыт, рассказывают о нюансах, касающиеся технических аспектов – например, как эффективнее плавать кролем, правильно бегать рысцей или поднимать гири, чтобы избежать травм. Представители той или иной спортивной школы отстаивают свою точку зрения, а зрители анализируют, сравнивают, примеряют к собственному опыту и делают соответствующие выводы.

Чтобы привлечь подписчиков или выделиться на фоне остальных влогеров, Youtube-эксперты пытаются продемонстрировать собственные экстраординарные способности или достижения – 1000 раз отжаться, 100 раз подтянуться, прыгнуть сальто и т.п.. Иногда они заходят слишком далеко. Как например, набравший около 55 тысяч подписчиков, Виктора Блуд – автор канала «Силачи старой школы» [2].

Блогер пропагандирует брутальную тяжелую атлетику – гнет пальцами гвозди, сгибает прутки, толкает по три гири одной

рукой, громоздя их друг на друга. Стандартные упражнения с тренажерами и атлетическими снарядами его не устраивают в принципе. Виктор большой выдумщик. Вместо традиционного приседания со стоек он практикует следующее: поворачиваясь спиной к штанге, садится на корточки, берется за гриф и пытается закинуть снаряд на поясницу, затем, перекатывая его вверх по позвоночнику, поднимает на плечи, естественно, спина в это время максимально наклонена вперед, – после чего приседает. Смотреть на это страшно, ведь полтора центнера могут нанести серьезные увечья. И действительно, в какой-то момент замки на грифе слетают, блины падают, штангу перекашивает и..., если бы не молниеносная реакция Виктора, дело кончилось бы плачевно.

Вообще, изобретать необычные упражнения, устраивать нетрадиционные соревнования и устанавливать небывалые рекорды – добрая традиция спортивного Youtube. Чтобы утвердиться в профессиональном спорте, нужно не просто обладать действительно уникальными способностями, но еще приложить массу усилий и многократно проявить волю к победе. В блогосфере главное создавать шум, как в басне о пустой бочке. Пиар и самореклама – превыше всего.

Конечно, такой подход появился не сегодня, подобное встречалось и в эру традиционных масс-медиа. Вспомним хотя бы Александра Курицына (известного в медийном пространстве под псевдонимом Невского). Не будучи профессиональным атлетом, не достигнув в спортивной карьере каких-либо высот, он весьма комфортно чувствовал себя в роли гуру бодибилдинга. В 90-е годы в программы «До 16 и старше», а чуть позже и в других передачах Курицын проводил своего рода ликбез по вопросам набора мышечной массы. Естественно, ничего вредного для здоровья не советовал, а для новичков в его выступлениях, была определенная доля полезной информации.

Для опытных спортсменов все это выглядело по меньшей мере наивно. Однако, пропедевтические функции журналистики необходимы – ведь, первичную информацию тоже откуда-то нужно получать. Беда в другом – Курицын всегда выдавал себя за специалиста высшего класса. Приписывал себе несуществующие титулы, победы и т.д. В то время перепроверить факты было сложнее, чем сейчас, тем не менее, телевизионщики периодиче-

ски разоблачали его, выводя на чистую воду. Казалось бы, карьера на этом должна была бы рухнуть, но Курицын, несмотря на все репутационные потери, сумел пробиться в Голливуд. За его плечами съемки в боевиках, актерская и продюсерская деятельность. Более того, сейчас на Youtube у него около 10000 подписчиков, а количество просмотров некоторых видеороликов переваливает за двести тысяч. Что же касается других блогеров, то они охотно обсуждают его, критикуют, посмеиваются, кто-то даже сочувствует или относится с пониманием, но самое главное о нем не забывают и на его имени пытаются зарабатывать популярность. Быть в тренде – главное для медийной личности.

Вернемся к ситуации, которая существовала до широкого распространения интернета и появления влогов. Персонажи, подобные Курицыну тогда появлялись значительно реже. Во-первых, кого попало на телевидение не брали, а даже если такое и случалось, то были еще и редакторы, следившие за качеством, ответственные выпускающие и т.д.. Да и самих каналов было не много. А во-вторых, существовали серьезные технические барьеры. Для производства видеосюжетов, не говоря уже о передачах, приходилось использовать дорогостоящее оборудование – видеокамеры и монтажные столы. По пальцам можно было пересчитать энтузиастов, которые в начале 90-х годов, имея на руках камеру VHS и два видеомagneтофона могли, осуществлять примитивный монтаж, не идущий ни в какое сравнение с продукцией профессиональных телевизионных студий.

В конце 90-х handycam`ы стали снимать в диджитал формате, качество улучшилось, монтировать стало возможно на обычных компьютерах, причем без потери качества оригинального видео. Правда, следует внести некоторое уточнение, первые Handycam`ы появились еще в 1985 году. Однако в Казахстане и на территории всего бывшего СССР, мало, кто мог себе позволить такое удовольствие. Понадобилось практически полтора десятка лет, чтобы рядовые граждане стали снимать home video.

С технической точки зрения во второй половине 2000-х были все предпосылки для того, чтобы казахстанский сегмент Youtube заявил о себе. Однако это произошло лишь десятилетие спустя. Впрочем, даже сейчас, если сравнивать с Рунетом, то аудитория наших влогеров пока не столь широка. Особенно это касается

спортивной тематики. Чтобы не быть голословным приведем несколько примеров:

Самый популярный казахстанский Youtube-канал «СПС/Saspens» имеет более 1,7 млн подписчиков и свыше 651 663 700 просмотров. Основан в 2014 году Антоном Бурняковым из Караганды [3]. Контент сюжетов касается научных открытий, всяких историй и любопытных фактах – в общем обо всем самом-самом необычном: «10 неожиданных голосов известных мультфильмов», «10 самых позорных моментов в прямом эфире» и т.д. Иногда здесь встречается и спортивная тематика, естественно, ее появление носит спорадический характер, например: «10 самых удивительных голов издалека в футболе», «10 самых позорных моментов в спорте» и т.д..

В основном «СПС/Saspens» это дайджест переводных материалов или компиляция аналогичных сюжетов с других каналов, таких, например, как российская «Мастерская Настроения» почти с пятью миллионами подписчиков или американского «TheRichest» с 10 миллионами подписчиков и 5 миллиардами просмотров. Впрочем, у Антона Бурнякова встречаются и оригинальные видео, где он сам что-то снимает и демонстрирует. Однако если говорить в целом об аутентичности видеоматериалов, то они мало касаются РК. В отличие от другого Youtube-канала, который занимает второе место по популярности в Казнете – влога «Аминка Витаминка».

Самая маленькая вайнер Казахстана Амина Малгаждар начиная с 2015 года сумела собрать аудиторию в 1,1 миллион подписчиков. Родители девочки Арай и Рамазан Малгаждар рассказывают о жизни в нашей стране устами своей дочери и ее сестер – Аружан и Адии. Это действительно кладезь позитива, доброго юмора и хорошего настроения. Причем еще полгода назад, когда Forbs.kz печатал рейтинг самых популярных «ютуберов» Казахстана, подписчиков было немного больше 700 000, так что канал стремительно набирает популярность [4]. А главное, он носит индивидуальный характер и кардинально отличается от массы однотипных каналов, пестрящих кликбэйтными заголовками наподобие тех, что мы можем наблюдать у Антона Бурнякова.

Прежде чем вернуться к спортивным блогерам, необходимо еще пару слов сказать о том какими цифрами оперирую россий-

ские и мировые лидеры Youtube. В Runet`е речь идет о преодолении рубежа в 10 миллионов. В мире первое место сейчас принадлежит Феликсу Арвиду Ульффу Чельбергу. Аудитория этого шведского геймера, более известного под псевдонимом «PewDiePie», превышает 60 миллионов.

Теперь для примера посмотрим спортивные каналы Казнета. Хоккейный клуб «Барыс» зарегистрирован на Youtube с августа 2012 года. За это время подписалось всего 7 432 человека [5]. У легендарного футбольного клуба «Кайрат» ситуация получше – 13 939 подписчиков [6].

Традиционные спортивные издания тоже открывают свои страницы на популярном видеохостинге. Казахстанский портал [www.sports.kz](http://www.sports.kz) вообще можно назвать долгожителем. На Youtube с мая 2008 года. Однако подписчиков чуть меньше, чем у «Кайрата» – 11 992. Другое популярное издание «Prosports TV» запоздало с открытием собственного канала. В итоге за два неполных года – всего 1 299 человек [7].

В общем цифры красноречивы. Основная масса с трудом преодолевает барьер в 10 тысяч. «Силовая Рама-Power Rack» – 7 262 подписчика. «Бодибилдинг KZ» – всего 524. Между тем как российские блогеры легко собирают сотни тысяч.

Ниже в порядке возрастания посмотрим ключевые фигуры Рунета в этом сегменте. Игорь Ковтун, капитан Хабаровской воркаут-команды «SWK» – 138 373. Фитнес-модель Сергей Миронов, он же дядя Сережа – 182 821. Олимпийский призер по тяжелой атлетике Дмитрий Клоков – 183 815. Стронгмэн Михаил Кокляев – 207 982. Авторская программа Василия Кузнецова, посвященная в первую очередь новостям армрестлинга, «Железный рейтинг» – 251 296. Михаил Прыгунов – 253 266. «Картавый Футбол» – 286 826. GoB Channel – 383 820. Алексей Столяров – 573 024. Sportfaza Перезагрузка – 580 115. Денис Семенихин – 642 482. True Gym – 895 266.

Ну и конечно же, явные лидеры, покорившие миллионный рубеж, по сути уже полноценные аналоги телевизионных каналов: «Yougifted» и «Body Mania». В декабре 2010 года появился первый и самый популярный фитнес-канал в России «YouGifted» – 1 205 840 подписчиков. А тремя годами позже «Body Mania» – 1 231 360.

Отдельного внимания заслуживает проект Игоря Войтенко. За три года он практически с нуля, не имея ни финансовой базы, ни профессиональной поддержки, набрал миллионную аудиторию. Простой парень родом из украинского Шахтинска, непрофессиональный спортсмен, гастарбайтер польского «Макдональдса», а ныне успешный московский влогер делится своим опытом, рассказывает и на собственном примере показывает, как ставить реальные цели и добиваться их.

Зададимся вопросом, за счет чего удастся завоевывать популярность на Youtube? Период становления, первых неуверенных шагов пришелся на конец 2000-х. Сейчас наметились определенные тренды и выработались конкретные алгоритмы, которым нужно следовать, осваивая тот или иной контентный сегмент. Спортивная тематика в данном случае не исключение. Глобально здесь, как и в остальном мейнстриме все держится на «хайпе». То есть главное поймать модную струю и эксплуатировать ее до последнего момента. А для этого в любом случае необходима сенсационность и эпатаж.

В первую очередь, если за плечами нет серьезного спортивного бэкграунда, как у Дмитрия Клокова, надо чем-то выделиться на фоне коллег по цеху. Например, упомянутый в начале статьи Виктор Блуд сделал ставку на гимнастическо-цирковой антураж времен Поддубного и Гакельшмита. Белорус Алексей Клакоцкий, широко известный под псевдонимом Шредер – «сеченый», утверждает, что он приверженец натурального бодибилдинга. Кстати, по результатам опроса спортивной энциклопедии «Sportwiki» 2016 года информация, предоставленная Алексеем вызывала доверие лишь у 13% пользователей интернета [8]. Что не помешало ему набрать 132 929 подписчиков. А вот канал олимпийского чемпиона Дмитрия Берестова за 4 с половиной года на смог перешагнуть отметку в 4 тысячи. Так что реальные рекорды и достижения – здесь не играют существенной роли.

Еще один успешный блогер Денис Семенихин с аудиторией в почти 700 тысяч человек также как и все рассказывает о методиках тренировок, правильной технике упражнений, наборе мышечной массы, сжигании подкожного жира и т.д. Однако его преимущество в том, что живет он в Америке, где встречается с

мировыми знаменитостями и, следовательно, может поделиться информацией из первых уст.

Таким же преимуществом обладает наш казахстанский блогер Ислам Бадугров, повторивший опыт Дениса и даже снявшийся с ним в нескольких сюжетах. Но обо всем по порядку. Ислам последовательно пропагандирует Street Workout. Начинал он в 2013-ом, то есть тремя годами позже, чем капитан Хабаровской воркаут-команды «SWK» Игорь Ковтун. И до недавнего времени значительно отставал от своего коллеги. Хотя если сравнивать с другими спортивными влогерами Казнета, то 70 000 подписчиков, – именно столько было у Ислама в ноябре 2016 года, – это очень внушительно. Год и пару месяцев назад Бадугров отправился в США и с этого момента его популярность, а заодно и качество выпускаемых материалов стали расти стремительно.

Если лучшие видео Ислама трехлетней давности набирали 400 тысяч просмотров, то его пранк на Конора МакГрэгора смотрели уже 4,5 миллиона пользователей. Это полноценное шоу с качественным гримом и огромным количеством людей, задействованных на съемках. Более 2,5 миллионов человек смогли по достоинству оценить снятый в мае 2017 года видеосюжет – «Old man workout prank». Молодой Бадугров превращается в немощного старика, которого внучка под ручку приводит на спортплощадку... А дальше публика с восторгом наблюдает за тем, как седовласый дед выполняет силовые номера. Работа оператора, монтаж, общая режиссура действительно на очень высоком уровне.

Сейчас на канале Ислама Бадугрова более 336 тысяч подписчиков и 22 149 242 просмотра [9].

На данный момент это единственный спортивный блогер Казахстана с такими показателями. Безусловно, есть чем гордиться, но в то же время, оценивая успех проекта, приходится констатировать, что чем популярнее становится канал, тем меньше в нем казахстанской аутентичности.

Говоря об инструментах продвижения спортивного контента на Youtube, нельзя забывать об одном из самых распространенных и действенных – так называемом «челлендже» или «зарубе». Это когда атлеты бросают друг другу вызовы, соревнуясь во всевозможных упражнениях и не только...

Самое распространенное, в жиме лежа или в становой тяге – на время поднять сто раз 100 кг [10]. Люди с развитой фантазией предлагают вытянуть тот же вес зубами, устанавливая свои собственные рекорды [11]. Иногда подобные челленджи приобретают откровенно комичный характер. Силачи-тяжеловесы штангист Михаил Кокляев и пауэрлифтер Кирилл Сарычев соревнуются друг с другом в поедании 2,5 килограмм хинкали. В течение нескольких лет было организовано пять аналогичных выпусков. Самым популярным у зрителей оказался второй, его посмотрели 3,6 миллиона человек [12].

Пример заразителен – тут же нашлись подражатели. «Пельмени Battle Challenge», «Батл, битва Хинкали» и множество других, которые набирали не больше нескольких тысяч просмотров. Здесь все зависит от популярности канала. Если ресурс никому не известный, то для него и несколько тысяч – тоже неплохой результат. А вот то, что касается раскрученных, таких как True Gum или блог «Дяди Сережи», то там речь идет о сотнях тысяч и даже миллионах просмотров. Сергей Миронов систематически пополняет свой плейлист: «20 киткат за раз», «50 мороженных за раз» и т.д. На его счету более 10 челленджей. Лучший результат пока у ролика «25 Бигмаков за раз. CheatMeal Challenge» – 1,4 миллиона просмотров [13].

Вообще челленджи благодатная тема для влогеров, есть где развернуться. Топовые блогеры постоянно устраивают совместные «батлы», «зарубы», «соревы» и т.п. Сплошная кузница рекордов. Временами энтузиасты так увлекаются, что на ум приходят пассажи из Ильфа и Петрова с бесподобным Остапом Ибрагимовичем и Нью-Васюками. И это не преувеличение.

Представим ситуацию – собрались ребята, придумали какое-то упражнение и решили провести чемпионат. Допустим все они из одного города – Караганды. Дали объявление, пригласили подписчиков и провели мероприятие по результатам которого объявили победителя. Так как прежде никто ничего подобного не делал, то лучший результат стал рекордом Караганды. Затем то же самое на республиканском уровне. То есть пригласили двух-трех блогеров из ближайшего Темиртау, кого-нибудь из Алматы и Астаны, собрали подписчиков и провели аналогичное соревнования. На этот раз результат стал рекордом Казахстана.

Звучит солидно – и совсем не обязательно потом уточнять, что рекорд специфический – по поднятию гантели левой рукой из-за головы в наклоне под углом 42,5 градуса или еще что-то в этом роде.

Здесь мы утрируем, но совсем немного. Реальность, к сожалению, не многим отличается от того, что было сказано выше. Посмотрите на описание одного из видео на канале Strateg.tv – «Жим штанги лёжа 200 кг на разы на Чемпионате Европы имени Владимира Кравцова 2015» [14]. Знающие люди поймут, о чем идет речь. А всем остальным достаточно заглянуть по ссылке и убедиться в каком зале и с каким количеством участников и зрителей проходил этот «Чемпионат Европы». Кстати, и Виктор Блуд является одним из именно таких рекордсменов.

Подобные ситуации, к сожалению, встречаются в спортивном мире довольно часто. Особенно когда речь касается неолимпийских видов. Например, в пауэрлифтинге существует масса Федераций со своими собственными правилами. В некоторых случаях спортсмены жмут в экипировке, то есть надевают на себя несколько специальных прорезиненных маек, которые значительно помогают увеличивать килограммы поднимаемого веса. По этому поводу «хэйтеры» в комментариях часто шутят – «вы бы еще экзоскелет на себя надели». В других случаях речь касается амплитуды выполняемого упражнения и т.д. Одним словом, не удивительно, что интернет буквально пестрит целой кипой доморощенных «рекордов мира».

В общем пора подводить итог – в спорте спорных вопросов, конечно же, много. Благодаря этому существует множество альтернативных способов самоутвердиться, а главное прославиться на медийном поприще. И в данном случае – это не так уж и плохо. Во-первых, потому что при любом раскладе идет пропаганда здорового образа жизни и физической культуры. Пусть даже с некоторыми издержками, как «CheatMeal Challenge» или художества Виктора Блуда. В конечном итоге любой «хайп» так или иначе играет на руку популяризации тех или иных видов спорта. Естественно, здесь мы можем говорить, что для Казахстана важно осваивать эту нишу медийного пространства, продвигая традиционные национальные виды состязаний. А еще, было бы замечательно, если бы наши блогеры создавали аутентичный

контент, а не просто шли по проторенному пути, штампуя западные или российские аналоги.

В заключение следует сказать, что в статье не затрагивается одна из самых сложных и противоречивых тем, с которой связаны исключительно негативные коннотации спортивного дискурса – это тема применения допинга и разного рода медицинских препаратов. Данный вопрос заслуживает отдельного самостоятельного исследования, которое будет представлено в следующем материале.

### Литература

1. <https://www.youtube.com/watch?v=msK1OLvyufM>
2. <https://www.youtube.com/user/Blud1488/featured> Силачи старой школы
3. <https://www.youtube.com/channel/UCsgnWX-HU2BIS7B-QMzPcfQ>
4. [https://forbes.kz/process/internet/15\\_samyih\\_populyarnyih\\_youtube-kanalov\\_kazneta](https://forbes.kz/process/internet/15_samyih_populyarnyih_youtube-kanalov_kazneta)
5. <https://www.youtube.com/user/barysofficial/featured>
6. <https://www.youtube.com/user/kairatofficial/about>
7. [https://www.youtube.com/channel/UCd\\_0yGn5XoWxMOU1KHEscbw/about](https://www.youtube.com/channel/UCd_0yGn5XoWxMOU1KHEscbw/about)
8. [http://sportwiki.to/Бодибилдинг#qp\\_almaz3](http://sportwiki.to/Бодибилдинг#qp_almaz3)
9. <https://www.youtube.com/user/BarBarsWorkout/about>
10. [https://www.youtube.com/watch?v=GztfKcG6VpIЖИМ\\_100\\_КГ\\_на\\_100\\_РА3!\\_Заруба!](https://www.youtube.com/watch?v=GztfKcG6VpIЖИМ_100_КГ_на_100_РА3!_Заруба!)
11. <https://www.youtube.com/watch?v=yf0Uz0jKRJY> Подъем и удержание зубами 100 кг
12. <https://www.youtube.com/watch?v=FeL27a4SWwQ> Хинкали Battle Challenge #2
13. [https://www.youtube.com/watch?v=kF7s\\_7\\_bJHg&index=9&list=PL86rSsyP5F0sF9DnozG9NimMxp49nQQMd](https://www.youtube.com/watch?v=kF7s_7_bJHg&index=9&list=PL86rSsyP5F0sF9DnozG9NimMxp49nQQMd)
14. <https://www.youtube.com/watch?v=pHBVxY12dFU>

**Шыңғысова Н.Т., Жәйлібек Қ.**

### **Ел имиджі: әлемдік қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі Қазақстан образы**

Мемлекеттік имидждің құрылымы кез-келген замануи мемлекеттің алдында тұрған стратегиялық тапсырма екендігі анық. Имидждің әсерлі екенінің көрінісі елдің экономикалық және мәдени дамуының деңгейін, табысты саясаттың мемлекет ішінде де, сыртында да бейнесі, айнасы іспеттес. Көп жағдайда әлемдік сахнада қарым-қатынас жетістігінің көрсеткіші болып табылады. Жағымды имидж ішкі және сыртқы нарықта бәсекеге қабілеттілікті арттырады.

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

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

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

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

Қазақстан Біріккен Ұлттар Ұйымының Қауіпсіздік кеңесінің 2017-2018 жылдардағы тұрақты емес мүшесі ретінде бірнеше басымдыққа мән беріп отыр. Қауіпсіз, әділ және өркендеген әлем құру үшін жаһандық әріптестікті нығайту жөніндегі Қазақстанның тұжырымдамалық көзқарасында жеті негізгі бағыт айқындалған. Оның ең бастысы ядролық қарусыздандыруға қол жеткізу. Қазақстан Кеңесте барлық мүше мемлекеттермен бірге көрсетілген маңызды бағыттар бойынша әділ және саяси конъюнктурасыз, жауапты, байыпты және сындарлы түрде жұмыс жасауға ниетті. Қазақстан маңызды мақсат – ХХІ ғасырда қауіпсіз, әділ және өсіп-өркендеген әлем қалыптастыруға қол жеткізу жолындағы өзінің бастамалары әріптестері тарапынан қолдау табады деген сенімде.

Елдік имиджді қалыптастыру мәселесі бәсекеде басымдық беретін маңызды стратегиялық ресурс ретінде қарастырылады. Осы орайда әлемдік аренадағы Қазақстан тарапынан айтылып жатқан идеялар назарға ілігуде. Қаңтар айындағы Елбасының АҚШ-қа сапары Қазақстанның БҰҰ-ның Қауіпсіздік Кеңесіне төрағалық ету уақытымен тұспа-тұс келді. АҚШ-қа сапары кезінде Елбасы әріптесі Дональд Траппен әлемдік саясаттан бастап, Орта Азиядағы ахуалды сөз еткен еді. Күнде терактіден

көз ашпайтын Ауғаныстандағы жағдай да назардан тыс қалған жоқ. Нұрсұлтан Назарбаев АҚШ президентіне бұл мәселеге қатысты өз ойын білдіріп, Орта Азия мемлекеттерінің ұстанымын жеткізді. Тіпті Америкамен бірге бұл тақырыпқа қатысты келіссөздер өткізуді ұсынды. Бұдан бөлек, Қауіпсіздік Кеңесінің отырысында елдегі жағдай да сөз болды. Оған қоса 2017 жылы Солтүстік Кореяның ядролық қаруға байланысты амбициясы да ушығып кетті. Бұл позиция да Қазақстанға жат. Халықаралық ұйым дүниенің кез-келген қиырында тұтанған өртті өшіруге қауқары жеткенше тырысуда. Енді бұл іске Қазақстан да үлес қоса бастады. Қауіпсіздік Кеңесінің отырысына арнайы келіп қатысқан Н.Назарбаев бұл жолы да күрмеуі қиын мәселелерді айтып қана қоймай, шешілу жолдарын жіліктеп жеткізді. Қаруды қойып, дипломатия тәсіліне көшу жолын ұсынды. Осы арқылы Ауғаныстан, Сирия, Таяу Шығыс пен тіпті Украинадағы қарулы қақтығысты тоқтатуға болады. Алайда ірі державалардың жасырын геосаяси мүдделері мен бір-біріне деген сенімінің жоқтығы келіссөздерді тығырыққа тіреп отыр. Елбасы әскери одақтарға бөлініп, дүниежүзінің жарыса қарулана бастағанын жақсылыққа баламады. Айталық, «егер Иран мен Солтүстік Кореяны біржақты етпесе, қырып-жоятын қару террористердің қолына өтіп кетуі мүмкін», – деді Н. Назарбаев. Қазақстанда Сириядан кейін енді Солтүстік Кореяның ядролық қаруына қатысты келіссөздер өтуі мүмкін. Нью-Йорктегі Біріккен Ұлттар Ұйымының Бас кеңсесінде сөз сөйлеген Н. Назарбаев әлемге араағайындық танытуға дайын екендігін білдіріп, осындай ұсыныс тастады. Мемлекет басшысының айтуынша, адамзат 2045 жылға қарай барлық негізгі мәселелерді, әсіресе қақтығыс ошақтарындағы проблемаларды шешуі тиіс.

Нұрсұлтан Назарбаев БҰҰ Бас Ассамблеясының мінберінен еліміздің мемлекеттік тілінде алғаш рет сөз сөйленгеніне тоқталды. «Менің мемлекеттік тілдегі сөзім, оның Ұйымдағы барлық ресми алты тілге ілеспе аударылуы да жақсы нышан болды», – деді Мемлекет басшысы.

Ел имиджін қалыптастыруда бұқаралық ақпарат құралдары елеулі рөл атқарады. БАҚ көмегімен саяси оқиға мен адам құндылықтары туралы көзқарас қалыптасады. Әлемдік БАҚ Елбасының сөйлеген сөзін жарыса жазып жатты. Астананың

Вашингтон үшін стратегиялық маңызын атап өтті. «ABC», «CNN» телеарналары, «Ассошиэйтед пресс», ТАСС секілді ақпарат агенттіктері үздіксіз хабар таратып отырды.

«Нұр Отан» партиясының Саяси талдау және стратегиялық зерттеулер орталығы ұсынған дерекке сәйкес, Google іздестіру жүйесінде «Қазақстан» және «Назарбаев» тегтері бойынша қаралымдардың ең жоғары деңгейі қос мемлекет басшысының ресми кездесуі мен баспасөз конференциясы өткен 17 қаңтар күні тіркелген. Ағылшын тіліндегі ақпараттың жалпы саны – 939 мың. Орыс тілінде 1 млн 970 мың материал табылды. Оқырманға ой салатын тұщымды талдаулар мен авторлық бағандар The Hill, Huffingtonpost, Foxnews, Washingtonpost, Wall Street Journal, The Daily Caller, USA Today, CNN, The New Yorker, US News, Forbes, The Statesman, The Diplomat, Pulse Nigeria, Radio Free Europe, Anadolu, Белрынок, Украина Центр, Газета ru, Lenta.ru, РИА Новости сияқты басылымдар мен интернет ресурстарында жарияланды [1]. Шетелдік БАҚ-тар АҚШ пен Қазақстан арасындағы қарым-қатынастардың жаңа деңгейге көтерілгенін жазды. «The Brussels Times» басылымы Солтүстік Кореяның ракеталық және ядролық бағдарламасы аясындағы проблеманың шешімін Астана табатынына сенім білдірген.

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

Мемлекет имиджінің қалыптасуы мен құрылымының ерекшелігі әлемдік кеңістікте соңғы онжылдық тенденцияда үлкен қызығушылық тудыруда. Нұрсұлтан Назарбаевтың БҰҰ Қауіпсіздік Кеңесінде баяндама жасауы – еліміздің әлемдік қоғамдастық тарапынан мойындалғанының айқын бір көрінісі. Қауіпсіздік Кеңесінің тұрақты емес мүшелігіне Орталық Азия мемлекеттерінің ішінде бірінші болып сайланғанын ескерсек, мұны Қазақстанның сыртқы саясаттағы үлкен жеңісі деуге болады. Сыртқы мемлекеттің халқы арасында сол мемлекет туралы пікірі

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

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

Социумның рухани өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін қайта бағалау күрделі. БАҚ тек ақпарат көзі ғана емес, сонымен қатар қоғамдық пікір және тұлғаның адамгершілік-дүниетанымдық көзқарасын қалыптастырады.

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

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

Қазақстанның барлық көршілес елдермен достық қарым-қатынас орнатып, ашық шекара, этникалық және дүни үйлесім

табуға көңіл бөлуі, жаһандық деңгейде ядролық қарусыздандыру мәселесін көтеруі әлемдік сахнада айтарлықтай имиджінің қалыптасуына ықпал етті.

#### **Әдебиеттер**

1. Әлемнің назары – Қазақстанда: шетелдік БАҚ көзімен. // Айқын. 22 қаңтар, 2018. – 7 б.

## **Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Akhmetzhanova A.**

### **Innovation of the Russian Empire in Kazakhstan in the 90s of the XIX century**

The Russian Empire with the aim to further reinforce and strengthen colonial power in Kazakhstan passed new laws in the 80-90 of XIX century: «Provision on Turkestan Territory Administration» as of June 12, 1886 and «Provision on Uralskaya and Turgaiskaya oblasts administration» as of March 25, 1891 which, being subjected to some additions and amendments had been in force till the approval of Soviet Decrees of 1917 and those of the following years. In the Order on approval of the «Provision on Steppe Oblasts Administration» as of 1891 there were specified amount, needed to support the administration staff of the Territory «at the amount of eight hundred fifty seven rubles and twenty three kopecks.» (1); terms of introduction of the law in force «in force from January 1, 1892» (but due to the lack of funding in the state treasury, it was introduced from October 1, 1893) (2); regulations on the resolutions of legal cases; amount of cash duties, alterations and additions to several Articles of laws of the Russian Empire.

The code of laws of the Russian Empire of 1891 consists of 168 articles, united in the introduction and four divisions. The divisions are divided into chapters and paragraphs. Introduction of the law includes 12 Articles. It is mentioned in the first to the tenth articles of the provision about the quantity, names of oblasts and uyezds, their frontiers and the limits of the Steppe general- governorship.

The eleventh Article defined the position of Kazakhs of the steppe oblasts: «The aliens of the oblasts both nomad and settled shall enjoy the rights of rural inhabitants...» The twelfth one legitimated the policy of russification and Christianization of Kazakhs of steppe oblasts: «Aliens who accepted Orthodox belief are registered at will in towns and Russian settlements, without consent of community and

without discharge orders, at that they are exempted from military charge for the term of life» (3).

The first division and the biggest one called «Administrative organization» and consists of 88 articles. The first Chapter «The Principal Administration of Akmolinskaya, Semipalatinskaya and Semirechenskaya oblasts», the second Chapter «Local administration organization», both divided into several divisions and subdivisions.

«Administration of aliens' spiritual issues» is defined separately according to which it was «permitted to have own mullahs, one per volost», but appointment and dismissal of such position was in the authority of a military governor. For construction of a mosque it was needed to get the permission in Akmolinskaya, Semipalatinskaya and Semirechenskaya oblasts from the Steppe general-governor, and as for Uralskaya and Turgaiskaya oblasts from the Ministry of Internal Affairs. The mosques must be maintained by Kazakhs themselves.

According to the law issued in the chief commander of the Steppe Territory was general-governor, to be assigned and dismissed by Tsar. He was assigned with unlimited civil and military power. He had the right to deport unreliable according to the political belonging aliens to other settlements for the term of not more than five years, having adjusted his actions with the MIA of Russia. There was a chancellery with large staff of officers under the general-governor office.

The oblasts were headed by military governors and oblast administrations. In Semirechenskaya and Uralskaya oblasts the military governors were also considered to be assigned atamans of Cossack troops. The law of 1891 clearly defined all regulations, in the extents of which military governors and their subordinates – officers in oblasts could act.

As for uyezds, still uyezd heads were absolute rulers. They totally controlled and coordinated all economic, social and political life on the spots, handled the activity of volost administrators and aul foremen. Article 39 empowered uyezd heads to punish aliens for insubordination to legal orders of authorities and for their deeds (disputes, fighting, disturbance of silence, disrespect and rudeness towards the authorities, disobedience to parents and insult of them) by means of taking under arrest for the term of not more than seven days or levying material penalty not exceeding fifteen rubles.

For prompt and quick execution of police obligations and orders of uyezd heads police servants, police officers, military teams were introduced. The local administration was divided into departments: in towns, of nomad population, of Russian settlements, Dunghans and Uighurs. The department of rural Russian population was organized according to the Articles of government organizations of the Empire. The Department of non-Russian settled and nomad population as it used to be earlier was implemented by volost administrators and aul foremen, elected for the term of three years. Maintenance of all the listed officials was assigned for the local aul communities as it was before. Volost administrators and aul foremen of the steppe oblasts was obliged to assist colonial administration and to realize all its instructions, to keep the order on the spots, to provide full and duly collection of taxes. For diligent service volost and aul officials were awarded with valuable presents, money, medals. There were provided several rights and obligations of the people's judges in a number of Articles. In the Steppe Provision of 1891 special accent was put on the control over the activity of all volost and aul officials and Kazakhs. In case of minor disobedience the upper colonial officials could dismiss them. They could neglect approval of election results of volost and aul governors and to assign new polls

The second division «Judicial organization» - «is in force on the basis of the regulations on judicial organization in Turkestan Territory with additions and amendments» (5).

«Land Organization» division consists of two chapters: Land arrangement of nomad population and land organization of settled population. In Articles 119 and 120 it is mentioned that «lands, occupied by nomads and all the belongings of such lands, including forests... are declared to be state property... and remain in permanent public utilization of nomads on the basis of customs and norms of the present provision» (6). In was mentioned in Art. 126 that Kazakhs are «permitted to give the lands, located in the bounds of their winter sites for rent for the term of not more than 30 years of Russian origin for farming, establishment of factories and plants, mills and the like staff» (7).

The division «Taxes and duties» has three chapters: taxes from nomad population, taxes fro settled population and land duties. According to the Art. 137 nomad population was levied for benefit of

the treasury with the tax of four rubles per yurt instead three rubles in the previous periods. All Kazakh communities were registered once in three years. All settled population paid labor tax for the assigned land plot, the dimensions of which were specified by the order prescribed by law. Apportionment of this tax was made by the resolution of rural meetings. According to the rules of the Charter on land taxes, it was paid in natural form or in money. In Cossack troops land taxes were paid in accordance with special rules. Real estate, factory and plant facilities, commercial operations and any entrepreneurial activity were tax levied.

The second division «Judicial organization» - «is in force on the basis of the regulations on judicial organization in Turkestan Territory with additions and amendments» (5).

In the process of implementation of the innovations of the tsarist Russian serious changes in the structure of colonial authority bodies took place. Staffs were enlarged, new positions were introduced, the number of police village constables, police officers, military teams increased. In 1902-1903 in Kazakhstan uyezds positions of pheasant chiefs were introduced which were governed by both pheasant and Kazakh population. On November 17, 1897 an addition to Article 17 of the Steppe Provision of 1891 was approved, reinforcing the right of general-governor regarding deportation of politically unreliable individuals of the local population.

The content of the Steppe Provision shows that the Russian Empire firstly, did not take into account the needs of Kazakh of the Steppe Territory; secondly: passed a law that gave birth to illegal actions of officials of wide-range colonial administration; thirdly: Articles 11, 12, 17, 37-40, 61-70, 78, 97-99, 119-120, 123-124, 136, 148-125 were not perfect, harmful and difficult to be observed; fourthly Alasha intellectuals openly raised the issue of the need to reconsider Innovation of the Russian Empire for Kazakh people; (8), and finally some officials of the tsar administration were involved into preparation of new law projects for Steppe Territory Kazakhs. (9)

#### References

1. Materials on introduction of Russian political administration system in Kazakhstan. A., 1999, p. 227.
2. Central City Depository of the RK, f. 64, 1, 25, 338

3. same as above p. 232
4. same as above p. 243
5. same as above p. 244
6. same as above p. 246
7. same as above p. 247
8. «Kazakh» newspaper, A., 1998, p. 29, 40, 58, 61, 62, 192-193.
9. Central City Depository of the RK, f. 64, 1, 2249, 1-32

**Abstract:** In the article the author describes the innovations of the Russian Empire in Kazakhstan concerning various spheres of vital activity of the indigenous population in the late nineteenth century. Disagreements of the administration officials on the implementation of modernization processes in the Kazakh steppe could not prevent the adoption of the Steppe and Turkestan Provision. The essence of the new legal provisions of the Tsarist Government is revealed using archival and journalistic materials.

**Key words:** Kazakh steppe, innovations, modernization, Steppe and Turkestan Provision, legislation, government.

**Аннотация.** В статье автор описывает нововведения Российской империи в Казахстане касательно различных сфер жизнедеятельности коренного населения в конце девятнадцатого века. Разногласия чиновников администрации по осуществлению модернизационных процессов в Казахской степи не могли препятствовать принятию Степного и Туркестанского Положений. Суть новых законоположений царского правительства раскрывается с использованием архивных и публицистических материалов.

**Ключевые слова:** Казахская степь, нововведения, модернизация, Степное и Туркестанское Положения, законоположения, правительство.

**Meiramgaliyeva R.M., Sarsekeeva N.K.**

**The problems of ecological consciousness  
in contemporary literature**

For literatures of Kazakhstan and Central Asian the folklore continues to maintain the value of the rich treasury, corrects aesthetic views and behavioral norms. Throughout his work Chingiz Aitmatov enthusiastically sought opportunities to establish relations of man and the universe in their artistic specificity by taking into account the traditions of the native folklore, Russian prose and world literature. In his story «The White Ship» it felt kind of «detachment» of heroes and whole situation to a reality of life, because new myth is born not in the depths of people's community, but in a situation of disunion, loneliness of the character, the sovereignty of his inner world. Old man Maumoon was an eccentric. One could severely hurt Maumoon: to forget to invite him to the council of relatives on the arrangement of anyone's funeral ... The boy did not know that «the day will come when he will be left alone in the whole world and he will have only briefcase» [1, 232].

The story «The White Ship» differs with parable imagery, but in the artist's creation a parable takes on new meaning. Chingiz Aitmatov has used the principle of the parabola: the narrative goes away from the contemporary world, particular time, particular situation, and then, as if moving along the curve he returns to the abandoned object and gives his philosophical and aesthetic reflection and evaluation. For a long time the boy could not find a place for briefcase. Finally he put it beside him in the head. He wanted to listen to the tale again, although he saw that his grandfather has nothing to fairy tales. So he began to tell the tale himself, word for word, as a grandfather. The boy talked about life on the Kyrgyz tribe Enesai («ene» – means «mother» and «sai» – a «river track») under the leadership of Batyr named Kulchiy. He talked about how on the funeral days of leader the enemies attacked to Kyrgyz people to settle their tribe's hash, and no one could escape. How boy and a girl got back from wood, did not found their parents alive, and then they ran after the robbers and murderers. How children

were catch, but khan ordered Pockmarked Lame Old woman to kill them, who took pity and gave them to the Horned mother doe, who lost two babies from human hands. How this couple gave birth to a son named Bugubay and began to multiply Bug genus – genus of Horned mother doe, which honored her (symbol totem) as sacred.

That was until one very rich, very noble Buginets died. Many days funeral was conducted, but his sons wanted to have a memory of his father unprecedented honor – kill deer and antlers mounted on the tomb ... The boy gives his own assessment of distant events in Issyk-Kul forests: *«Deserted mountains. No sounds of deer neither at midnight nor at dawn. No see neither in the woods nor in the meadow how it grazes ... The people were born, who have never seen a deer in all their life. They only heard the tales about them, but saw horns on the tombs.»* According to the story of the boy, *«Horned mother doe took offence from people and stole their children for the great pass»* [1, 244].

The appearance of myth of the Horned Mother doe in the «White Steamer» and complex pairing it with a story gives reason for researchers speak about Aitmatov in the context of the problems of modern mythologism [2, 3, 4]. Once upon a time – says Kyrgyz legend – a man hid under horns of Mother-doe, and Aitmatov put this legend as basis of his tales about Marals, gave it a second life. It is symbolic in the light of the foregoing, the second name of the story «After the fairy tale» because clash of pure child's soul with not yet secured by immunity from life experience, with imperfection and disharmony of the world leads to the destruction of the ideal-fairy ideas about it and results in tragedy.

A bright example of the formation of ecological awareness in contemporary literature is a book-dialogue, a book-essay «The Plight Of A Postmodern Hunter» of Chingiz Aitmatov with co-authorship of national poet of Kyrgyzstan and a national writer of Kazakhstan Mukhtar Shakhanov, published in Alma-Ata in 1996. It has a lot of philosophical discussions about spiritual layers of history of Turkic peoples thoughts about the customs and traditions of their ancestors, instructive examples of great personalities and deeds of the rulers of the past and present, the sincere testimony of the authors, addressed to the man and the world as a whole – the world standing «over the precipice».

As it is known, Chingiz Aitmatov has often commented epic substrate of his works primarily as the integration of elements of the national consciousness: «*Sometimes I add to my works the impersonal strata of the national consciousness. Not on behalf of authors and certainly of the hero. This happens in cases where I have to say a general word*» [5, 137]. It is obvious that usage of the elements of the national consciousness of the writer is far from some canonization: in each particular case, Chingiz Aitmatov was looking for his own approach and solution in search of a «common word».

The legend is very diverse in thematic and meaty terms of genres of fairy-tale prose. In practice, legends are often identified with tales, but legends meant more fiction. For example, the legend of Genghis Khan of «The Plight Of A Postmodern Hunter» of Chingiz Aitmatov and Mukhtar Shahanov.

*Terrible Genghis Khan shied away from his eldest son, Jochi, who lied under his wife`s heart, who was captive by Ker that time, and always kept him away from himself. But because of Jochi was the most capable of his four sons, he could not rise hand to kill his own son. He sends the secret executioners to him...*

*Being aware of her son`s death, Genghis Khan, for decency dressed in mourning and commanded: «If anyone tells about the death of Jochi, I will flood to his throat the molten lead!» Nobody in great fear, shackled heart, did not dare to violate this strict prohibition. At this time, a young singer, adjusting his dombra and entered with bowing into the tent of Kagan, who was in great anguish by his offense, he tightened the song «Lame kulan – Jochi Khan» .... Unable to bear the sorrowful melody, Genghis Khan, whose word was harder than stone, powerfully said:*

*– Flood throat with lead this disobedient, dared to remind me of the death of Jochi!*

*– Wait a minute, Lord! – singer shouted – The death of your son was recalled not by me, but this dombra. The lead should be flood into it!*

*Defeated in the verbal duel Genghis Khan had no choice but to punish the instrument. Until now, in the valley of Kazakhstan Ulytau it is the tomb of Jochi Khan, the only one of the four sons of Genghis Khan, dedicated to him in soothing ulus. Meanwhile, there were no graves of the rest of Genghis Khan`s three sons – Tole, Ugedei and Chagatai left on the Earth [6, 175-176].*

The element of mystery was included into the legend didactic in its purpose: Genghis Khan himself realizes what dombra sings in the hands of a young man who was able to beat wise foresight tyrant.

Thus, people's aesthetic experience, transformed into works of Chingiz Aitmatov and Mukhtar Shahanov, demonstrates that the comprehension of human existence problems in mythopoetic perspective by writers retains its spiritual and aesthetic value. In turn, the complexity and contradictions of contemporary reality actualizes didactic folk legends and myths, which absorbed the quintessence of the historical development of mankind, promotes environmental awareness. Accent in the artistic decisions of both writers parable beginning with the principle characteristic of the parabola it is the creation of the necessary assessment within the context of two-oneness environmental focus: how to preserve the natural environment and the formation of moral character of the person.

#### References

1. Aitmatov C. «White Ship». Complete Works in 8 volumes, Second Volume. – Almaty: BTA Bank, 2008.
2. Gachev G. «Chingiz Aitmatov (in the light of the world culture)».- Frunze: Adabiyat, 1989. – 409 p.
3. Ozmitel E.K.«World of Chingiz Aitmatov»//Ozmitel E.A. «Man and literature in a changing world: Literary works. The literary-critical articles» Essay.- Bishkek, 1997. – 147-161 pp.
4. Polyakova G. «The legend of Mother-Horned doe in the «White Ship» of Aitmatov C.»- M.: Indrik, 1999. – 224 p.
5. Aitmatov C. In co-authorship with the land and water ... Essays, articles, interviews»- Frunze Kyrgyzstan, 1978. – 405 p.
6. Aitmatov C., Shakhanov M. «The Plight Of A Postmodern Hunter: Confession at the end of the century». – Almaty: Rauan, 1996.- 384 p.

**Meiramgaliyeva R.M., Sarsekeeva N.K.**

#### **The problems of ecological consciousness in contemporary literature**

**Abstract.** The aim of the article is to study the folklore and mythological foundations of works of Chingiz Aitmatov and Mukhtar Shahanov, revealing their role in the creation of the environmental awareness. The basis of the research method is a holistic approach combined with elements of comparative-typological and mythopoetic analysis. Research subjects are tales, legends, myths and parables used by writers. The transformation of its meanings in the context of modernity was considered. As a result of which the conclusion is that the address to the myth and folklore in the writers' works is a way to confront

the destructive influence of modern civilization in the spiritual and ethical context.

**Key words:** environmental awareness, folklore, mythology, proverb, spirituality, modernity.

**Мейрамғалиева Р.М., Сәрсекеева Н.К.**

**Қазіргі заманғы әдебиетте экологиялық сана мәселелері**

**Андапта.** Мақаланың мақсаты – Шыңғыс Айтматов пен Мұхтар Шахановтың фольклорлық және мифологиялық негіздерін зерделеу, олардың қоршаған орта туралы хабардар болудағы рөлін айқындау. Зерттеу әдісінің негізі – салыстырмалы-типологиялық және мифопоэзиялық талдаудың элементтерімен біріктірілген тәсіл. **Зерттеу пәндері – жазушылар қолданатын ертегілер, аңыздар, аңыздар және әңгімелер.** Заманауи тұрғыда оның мағынасын өзгерту туралы мәселе қаралды. Нәтижесінде, авторлардың жұмысындағы миф пен фольклорға арналған жолдау қазіргі заман өркениетінің жойқын әсерін рухани және этикалық контекстке қарсы тұрудың бір жолы болып табылады.

**Түйін сөздер:** қоршаған ортаны қорғау, фольклор, мифология, мақал, руханилық, қазіргі заман

**Мейрамғалиева Р.М., Сәрсекеева Н.К.**

**Проблемы экологического сознания в современной литературе**

**Аннотация.** Целью статьи является исследование фольклорных и мифологических составляющих произведений Чингиза Айтматова и Мухтара Шаханова, раскрывающих их роль в формировании экологического сознания. Основой метода исследования является комплексный подход в сочетании с элементами сравнительно-типологического и мифопоэтического анализа. Объектом исследования являются рассказы, легенды, мифы и притчи, используемые писателями, трансформация их смыслов в контексте современности. В результате мы пришли к выводу о том, что обращение к мифу и фольклору в произведениях современных писателей – это способ противостояния разрушительному влиянию цивилизации в духовном и этическом контексте.

**Ключевые слова:** экологическое сознание, фольклор, мифология, пословица, духовность, современность

**Нағымжанова Қ.М.,  
Раушанова И.М., Иргебаева Н.М**

### **Студенттердің танымдық мотивтерін жетілдіру жолдары**

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев биылғы Жолдауында «...адамзат Төртінші өнеркәсіптік революция дәуіріне, технологиялық, экономикалық және әлеуметтік салалардағы терең және қарқынды өзгерістер кезеңіне қадам басқанын» саралап көрсетті [1].

Жаңа технологиялық қалып біздің қалай жұмыс істейтінімізді, азаматтық құқықтарымызды қалай іске асыратынымызды, балаларымызды қалай тәрбиелейтінімізді түбегейлі өзгертті, ұлттық негіздегі адами құндылықтарды зерделеп, рухани жандандырудың қажеттігін көрсетіп отыр [2].

Жолдаудың жетінші міндеті **Адами капитал – жаңғыру негізі [3]**. Адамзат қоғамындағы осы уақытқа дейін қол жеткен жетістіктер адамның ақыл ойының жемісі. Олай болса ақыл – ойы озық, парасатты кәсіби мамандарды дайындау студенттердің таңдаған мамандығына, оның қоғамдағы орны мен қажеттілігіне тікелей байланысын терең сезіну олардың меңгерген білімімен байланысты. Ал білімге құштарлық, білімнің табыс көзінің негізі екенін түсіну тікелей ішкі жандану, яғни мотивтерімен байланысты.

Жоғары оқу орындарында кәсіби мамандар дайындауда студенттер қауымының интеллектуалдық дамуына ерекше назар аударылатын әр пән бойынша ғылыми түсініктердің мәнін түсініп, алған білімдерін өмірде пайдалануын бағыттайтын мотивтердің мәні зор. Ғылыми зерттеулерге, тарихи еңбектерге назар аударсақ бәрі де ой түрткіден туындайтынын көреміз.

Мотив мақсатқа жету жолының бастамасы. Оқу процесінің қозғаушы күштері оқытудың барысында қойылатын таным және практикалық міндеттер мен студенттердің нақты білімі мен іскерлік дәрежесі және ақыл-ой арасындағы қайшылық.

Таным процесінің қызметін жандандыру және қарама-қайшылықтарын жеңу үшін білім алуда ынталандыру мен мотивтер болуы қажет.

**Мотив** – адамның объективті мұқтаждығы мен ынтасын бейнелейтін әрекетіне ішкі талпынуы [4].

Мақсат әрқашан анық болады, ал мотив үнемі айқын бола бермейді. Адам әрекетінің мотиві ретінде: қызығу, ниет, ұмтылыс, құмарлық, көзқарас, наным қарастырылатыды.

Қызығу – шынайы заттар мен құбылыстарды белсенділікпен танып, білуге бағытталған адамның біршама тұрақты жеке ерекшеліктерінің көрінісі. **Қызығусыз адамның рухани өмірі дамымайды.** Ниет- саналы қажетсіну, толық белгілі бір затқа құмарлық. Ұмтылыс ниетке ерік күш қосылғанда пайда болады.

Құмарлық – бағыт бағдардың ең қарапайым биологиялық формасы. Көзқарас – қоршаған дүние болмысын философиялық, эстетикалық, этикалық, жаратылыстану және басқа ғылымдар жүйесінде тану. Наным-адамды әрекетке ықпалдаушы мотивтер жүйесі, бағыт-бағдардың ең жоғарғы формасы.

Білім берудің негізгі мақсаты- оқушының тұлғалық дамуы, қазіргі педагогикалық психологияның басты жағдайын айқындап көрсету. Сондықтан оқыту тек шарт қана емес, адамның психикалық дамуының негізі мен құралы және жалпы тұлғалық дамуы.

Студенттің оқу әрекетінің мақсаты танымдық қабілетті дамыту, сыртқы әлем, өзі және болашақ мамандығы жайлы ақпараттарды жинақтауы мен қайтадан өндеу болып табылады. А.Н. Леонтьев оқу әрекетінің құрылымын:

- қажеттілік;
- оқу міндеттері;
- оқу әрекетінің мотивтері;
- оқу әрекеттері мен оқу операцияларынан тұрады деп санайды [5].

Студенттің оқу әрекетіне қажеттілігі жеке пәндер, кәсіптік іс-әрекет бойынша теориялық білімге, практикалық дағдыларды меңгеруге, икемділікке ұмтылысы оның *қызығушылығын* көрсетеді. Жоғары оқу орындарындағы оқу іс- әрекеттерінде студенттер қандай да бір заттар мен құбылыстарды зерттеу, талдау, үлгілеу, абстракциялау сияқты танымдық іс-әрекет арқылы оқу тапсырмаларын орындап, *оқу міндеттерін* шешеді.

Оқу процесінің қозғаушы күштері оқу барысында қойылатын таным және практикалық міндеттер мен студенттердің нақты білімі мен іскерлік дәрежесі және ақыл-ой арасындағы қайшылық. Оқу бағдарламасы бойынша: студенттердің білуі тиіс, меңгеруі

тиіс және дағдылары болуы керектігі туралы талаптарға қол жеткізуде пәндер бойынша білім беруде түрлі инновациялық әдіс – тәсілдер қолданылады. Инновациялықәдіс – тәсілдерді қолдану арқылы студенттердің білім алу мотивтері тұрақталап, мотивацияғаайналады.

Біздің тәжірибемізде 5В050300-Психология мамандығы бойынша білім алатын 3-курс студенттерімен «Педагогикалық психология» пәнін өту барысында оқу бағдарламасы бойынша 30тақырыпқа жоспарланған дәрісті өту барысында әр тақырып бойынша мынадай талаптар қойылады. Оқу үрдісінің әдістемелік қамтылуына баса назар аударып, студенттердің сол құжаттармен жұмыс жасау дағдысын дамыту арқылы олардың танымдық мотивтерінің артуына ықпал етіледі. Бұл оқу үрдісінде сабақтарды жүргізудің жаңа инновациялық түрлерін кеңінен енгізуді талап ететін, көп ізденісті талап ететін процесс. Студенттер сабаққа дайындықты силлабуста көрсетілген тақырыпқа сәйкес оқу әдістемелік кешен бойынша берілген дәріс тезистерімен танысудан бастайды. Практикалық сабақтарға дайындалуда тақырып бойынша негізгі түсініктерді талдап базалық білімдерін арттырып, таным процесін жетілдіруде негізгі әдебиеттердің көрсетілген бөлімдерін (беті көрсетіледі)конспектілеп, әр талдау сұрақтарының мазмұнын ашатын жеке слайд материалдарын дайындау тапсырылады.

Мәселен, Кәсіби іс-әрекеттің түрткілері (мотивтері) тақырыбында өтілген семинар сабағында студенттерді Мақсаты: Кәсіби іс-әрекеттің түрткілерінің (мотивтері) тұлға дамуындағы ролін бірлескен топтық танымдық іс-әрекетте талдау, іс-әрекеттің түрткілері туралы түсініктерін жетілдіру.

Негізгі түсініктер: Кәсіп, мамандық және мотив, мотивация, оларды зерттеген ғалымдар, зерттеу әдістері. Семинар сабағының негізгі мақсаты топ студенттерінің белсенділігі, негізгі түсініктерді барынша нақты түсінуі, ол түсініктерді шынайы практикамен байланыстыра алу. Осы мақсатқа қол жеткізуде топты екі топқа бөліп, мотив және мотивация түсініктерін талдауларын талап етілді. Мысалы: .

Жүргізуші: Шайдан Гүлмарал

1-топ жетекшісі Берікбай Жансая

2-топ жетекшісі Сатқали Гүлдана

Жүргізуші: Кәсіп, мамандық туралы түсініктер, олардың мәні және ғалымдардың зерттеу жұмыстарына талдап жасалып талданады.

Бірінші топтың өкілі: «Мотив туралы» презентация, ал екінші топтың өкілі: «Мотивация туралы» дайындаған слайд материалдары бойынша презентация жасады.

Студент Исмайлт Өмірзақ «Кәсіби іс-әрекетті зерттеу әдістері туралы» ғылыми әдебиеттерге шолу жасап, студенттерден осы материал бойынша қосатын пікірлері сұралып, әр студенттің қандай ұсынылған әдебиеттерді оқығанына мән беріледі. Дәрістің бұл бөліміне 20 уақыт кетеді.

II бөлімде Топтық сайыс. Екі топтың жетекшілері өздері презентация жасаған тақырыптар бойынша келесі топ өкілдеріне блиц сұрақтар қойып, қанша сқраққа дұрыс жауап бергендері тіркеліп отырады. Сабақтың бұл бөліміне 7 мин. Уақыт берілді

III бөлімде алдын ала дайындалған ситуацияларды шешу және сыни ойлау әдісі бойынша әр студент өтіліп жатқан тақырып бойынша естерінде қалған, өздері түсінген негізгі түсініктерді жазып, топтың назарына ұсынады. Бұл тапсырма топтық жұмыс түрінде орындалып, 10 мин. уақыт беріледі

IV Қорыту бөлімінде студенттер әр топтың белсенділігі, әр студенттің жауабы туралы қысқаша пікірлерін білдіріп, тұтас қатысып, өздері қорытынды жасайды. Оқытушы студенттердің дәріс материалын меңгеруде қай түсініктеді меңгергендерін, қандай мәселені ары қарай оқу қажеттігін ескертіп, сабақты қорытындылайды. Қорыту бөліміне 3 мин. уақыт беріледі.

Мәселен кәсіби іс – әрекет түрткілер тақырыбы бойынша студенттерге алдымен платонуста ілінген оқу әлістемелік кешенде берілген материалмен танысып, көрсетілген сұрақтарға жауап тауып, әдебиеттермен жұмыс істеу тапсырылады. Бұл студенттердің – өзіндік болашақ мақсатқа ұмтылушылығынан туындайды, яғни перспективті талаптандыру мақсат етілді. Мотивтерге негіз болатындар:

тікелей немесе эмоционалды – ұстаздың жеке тұлғасынан немесе оның ұстаздық шеберлігінен туындайды;

танымдық мотивтер – оқушылардың жаңа білімді игеру, әдіс-тәсілдерді қолдана білуіне байланысты;

әлеуметтік мотив – студенттердің өзіндік белсенділігінен, жауапкершілігінен туындайды.

Қазіргі оқытудың түрлері арқылы, алғашқы білімдерді негізге алып, байланыстыра отырып, оқыту.

Шартты-рефлекторлы – оқушылардың өз бетімен белсенді зерттеу арқылы мәнді ерекшеліктерді анықтау, оның нәтижесімен таныстыру және бағалау. Оқушылардың алынған нәтижелерді қорытындылау арқылы нақтылы ерекшеліктерді табу [6].

Студенттердің өзін-өзі дамыту мотивтері – оқу еңбегін рациональді ұйымдастыруға байланысты әрекетінен байқалады. Әлеуметтік мотивтер студенттің жауапкершілігі мен парызын түсіну әрекеттерінен көрінеді; ұстанымдық мотивтер – құрдастарымен қарым-қатынас жасауға ұмтылысы, жолдастарына көрсеткен көмегі мен пікірі; әлеуметтік бірлескен еңбек мотивтері – ұжымдық жұмысқа ұмтылысы негізінде пайда болады. Мотивтің мотивациядан айырмашылығы, мотив – субъектінің тұрақты, жеке басына тән қасиеті және белгілі бір іс-әрекет жасаудағы ішкі оятқыш күші болып табылады.

Студенттердің оқу мотивтері олардың бағыттылығына және дәрежесіне байланысты; мотивациялық аймақтың иерархиясына байланысты; жеке мотивтердің өзара келісімділігі мен үйлесімділігі бойынша; мотивтердің тұрақтылығына байланысты; мотивтердің әрекеттері мен олардың мінез-құлыққа тигізетін әсері бойынша сипатталады. Мотив формаларының ерекшеліктері мотивтердің динамикалық сипатын құрайды. Олар:

1. Алғашқы немесе маңызды ерекшеліктердің бірі – мотив тұрақтылығы және студенттер үшін құнды мотивтердің тұрақты болып қалыптасуы өте маңызды.

2. Мотивтердің көріну формасының екінші ерекшелігі – оның эмоционалық бейнесі, модальдігі [7]. Оқу мотивациясының жағымды және жағымсыз жақтары бар. Жағымсыз мотивация студенттердің оқу үрдісінде жауапсыздық танытуы кезінде саналы түрде пайда болатын жағдай (ескерту, төменгі бағалар, берілетін сөгіс, уайымдау, т.б.) арқылы көрінеді. Жағымды мотивация – студенттің оқу еңбегінде жеткен жетістіктері мен, жаңа білімді меңгеруімен, қоршаған адамдармен жақсы қарым-қатынаста болуымен байланысты.

Мотивтердің басқа формалары – *мотив күшінен, көрінісінен, пайда болу жылдамдылығынан* көрінеді. Олар мыса-

лы: студенттердің тапсырманы орындау уақытының ұзақты әрқашанда оқытушы назарында болады, себебі ол студенттің тапсырманы орындай алатын шамасынан көрсетеді.

Оқу мотивтерінің формалары бойынша оқытушы студенттің мотивациясының сипаты туралы алғашқы мәлімет алады. Бұл студенттің оқу мотивтерінің ішкі, мазмұнды ерекшеліктеріне талдау жасауды қажет етеді. Студенттің оқу іс-әрекеті және оның табыстылығы олардың интеллектуальдік дәрежесімен де байланысты. Мотивация психология ғылымында жеке бастың мінез-құлқы, іс-әрекеті мен белсенділігін реттейтін фактор ретінде қарастырылады. Ал, жеке тұлғаның іс-әрекеттің қандайына болсын мотивациялық ерекшеліктерін ескермей әлеуметтік психологиялық тиімді өзара әрекет, қатынас жасау мүмкін емес. Студент мотивтердің сапасы оқу іс-әрекетінің сипатына байланысты; бұрынғы өмір жағдайына қарағанда әлдеқайда әлеуметтік дербестікке ие болуына; саяси және азаматтық ұстанымдары бойынша кемелденуіне байланысты сипатталады.

Адамның мінез-құлқы бір ғана себеппен (мотивпен) анықталмайды, ол жиынтық ретінде қарастырылады. Сондықтан адамдардың мотивациялық құрылымы олардың іс-әрекетінің орындалу негізгі ретінде қарастырылады. Адамның мотивациялық құрылымы негізінен тұрақты құбылыс ретінде қалыптасады, бірақ ол саналы түрде тәрбиелеу және оқу процесі үстінде өзгеріп отырады.

*Мотивациялау* – бұл адамдардың бойындағы мотивтерді қозғау арқылы оларға әсер ету процесі. Мотивациялау – адамдарды басқару негізін құрайды. Басқару еңбегінің тиімділігін арттыру мақсатында ояту-түрткі болу жүйесінің құралдары арқылы жеке бастың интеллектуалдық, эмоциялық, психологиялық, әлеуметтік-психологиялық, адамгершілік сапаларына ықпал етеміз.

Екі негізгі мотивациялық жүйелер – ішкі және сыртқы мотивациялар ерекшеленеді.

- Олар бір біріне тәуелсіз, бірақ тек олар толыққанды қызмет атқарған кезде ғана мотивациялық жайлылыққа қол жеткізілуі мүмкін. Ішкі мотивация жүйесінің арнайы ерекшеліктері болады.

- *Жаңашылдыққа ұмтылу*: егер адам ақпараттық вакуумды өтей алмаса, сенсорлық депривация күйі пайда болады, ол кей кездері елеулі жүйке-психикалық бұзылуларға алып келеді.

- *Қозғалыс белсенділігіне ұмтылу* – ішкі мотивацияның қарапайым көрініс табуы, түрі.

- *Әлемді «үнемді» де тиімді игеруге және ондағы жүріс-тұрысқа ұмтылу* – бұл туа біткен және дербес қажеттілік, осыны қанағаттандыру күшті оң эмоциялардың көзі ретінде қарастырылады.

- *Өзін-өзі детерминациялауға ұмтылу*. Адам өзінің «Менін» өзінің жүріс-тұрысының көзі деп есептейді және өзін осы пікірді бекітетіндей етіп ұстайды.

- *Өзін-өзі танытуға ұмтылу* – адамның «өзі жүзеге асыра алатынын жүзеге асыруға» деген қажеттілігі (А. Маслоу) [8].

Л.С. Выготскийдің педагогикалық психологияда «дамудың әлеуметтік жағдайы» деген ұғым даму үрдісінің бағытын, мазмұнын және өзгерістермен байланысты ортақ сызықтың қалыптасуын анықтайтын бала мен әлеуметтік ортаның қарым – қатынас жүйесі. Осы жүйенің өзгерісі жастық динамикадағы негізгі заңының көрінісі. «Заңға сәйкес, баланың дамуын итермелейтін күштер қай жаста болмасын барлық жастың даму негізін бұзуға әкеле отырып, дамудың әлеуметтік жағдайын жоққа шығарып, дамудың осы кезеңінің аяқталғанын және келесі немесе жоғарғы кезеңге өткендігін көрсетеді».

Л.С. Выготский барлық уақытта психикалық даму – тұлғаның толықтай дамуы деп көрсетеді [9].

Д.Б. Эльконин бойынша, «оқыту іс-әрекеті – бұл өз мазмұны жағынан ғылыми түсініктер саласындағы әрекеттің жалпыланған тәсілдерін игеру болатын іс-әрекеті, ... мұндай іс-әрекет сәйкес түрткілермен қозғалуы керек [10]. Осындай мотивтер ретінде әрекеттердің жалпыланған тәсілдері бола алады немесе, басқаша айтқанда өзіндік өсу, өзіндік шыңдалу мотивтері. Егер студенттерде осындай мотивтерді қалыптастыра алған жағдайда, онда жаңа мазмұнға тола отырып, іс-әрекеттің жалпы түрткілері, студенттің қоғамдық мәнді және қоғамдық бағалы іс-әрекетті жүзеге асыру позициясымен байланысты түрткілері қуатталады. Оқу іс-әрекетінің үш негізгі сипаттамалары белгілі:

1) ол оқу материалын игеруге және оқу міндеттерін орындауға әдейі бағытталған;

2) онда әрекеттердің жалпы тәсілдері мен ғылыми түсініктер игеріледі;

3) әрекеттің жалпы тәсілдері міндеттерді орындаудың алдын алады (И.И. Ильясов) [11].

Л.С. Рубинштейннің сана мен іс-әрекеттің байланысы туралы зерттеулеріндеоқу іс-әрекеті субъектінің өзін өзгеріске түсіретін негізгі сипаттамасы болып табылады [12]. Й. Лингарт оқу құрылымы мен үрдісінің теориялық мәселелелерін зерттеуде оқудың белсенді формасы ретінде оқу іс-әрекетінің білім алушының психикалық қасиеттері мен мінез-құлқының «оның өз әрекеттерінің нәтижелеріне байланысты» өзгеруі деп санайды [13].

ЖОО студенттердің танымдық мотивтерін жетілдіру ұлттық кодты сақтай отырып, өзгерістерге үнемі бейім және жаңа білімді меңгеруге қабілетті кәсіби мамандарды арқылыбілім беру ісінде мемлекетің өзіндік озық жүйесін құруға бағытталған

#### Әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2018 жылғы 10 қаңтар
2. «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» 2017 жылғы 31 қаңтардағы Жолдауының толық мәтіні
3. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2018 жылғы 10 қаңтар
4. Жақыпов С.М. Жалпы психология негіздері. Оқулық- Алматы: Алла прима,2012.-203 б
5. Леонтьев А. Н. Лекции по общей психологии. М., 2001.
6. Ерментаева А. Р. Студенттерді субъект – бағдарлы психологиялық дайындау: методология, теория, практика. Алматы – 2008. – 410 б.
7. Зеер Э.Ф. Психология профессий: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2005. – 336 с
8. Кәрібаева Г.М. Кәсіби іс-әрекет психологиясы – Астана: Л.Н. Гумилев атында 2016. – 210 б.
9. Эльконин Д. Б. Психология развития: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М., 2001.
10. Выготский Л.С. Педагогическая психология под ред. В.В. Давыдова. – М.: АСТ Астрель Хранитель,2008-671с
11. Ильясов И.И. Структура процесса учения. – М.: Изд во МГУ, 1986.
12. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии – СПб: Издательство «Питер», 2000 – 712 с.: ил. — (Серия «Мастера психологии»)
13. Лингарт Й. Процесс и структура человеческого учения. Изд: «Прогресс», 1970 г. – 686 с.

**Аңдатпа.** Мақалада студенттік жас кезеңінде танымдық мотивтер мен мотивацияны жетілдіру қарастырылған. 5В050300- Психология мамандығы студенттерімен «Педагогикалық психология» пәнінен аудиторияда танымдық мотивтер мен мотивацияны дамыту тәжірибесі сипатталған.

**Аннотация.** В статье рассматривается развитие мотивов и мотиваций в студенческом возрасте. Описываются практический опыт повышения мотивов и мотивации в студенческой аудитории среди студентов по специальности 5В050300- Психология по дисциплине «Педагогическая психология».

Негизбаева М.О., Шынгысова Н.Т.

### **Образовательная политика вуза в рамках модели «Университет 4.0»**

Современные технологические прорывы приведут к фундаментальным преобразованиям. Ключевые направления промышленной революции – искусственный интеллект, роботизация, трехмерная печать, нанотехнология, биотехнология, нефтехимия и т.д. – требуют, безусловно, соответствующего профессионального образования. Это возможно при реализации целого ряда факторов, важнейшим из которых является модернизация общественного сознания. В этой связи от системы образования ждут реальных шагов и действий. Схему и стратегию данного процесса необходимо проработать и рассчитать.

Современное высшее образование ориентировано не столько на передачу знаний, которые постоянно устаревают, сколько на овладение базовыми компетенциями, позволяющими затем – по мере необходимости – приобретать знания самостоятельно. Оно предполагает обучение в процессе создания новых знаний за счет интеграции фундаментальной науки, непосредственно учебного процесса и производства. То есть, инновации в образовании – это изменения в содержании образования, методиках преподавания и формах контроля качества обучения.

В Послании народу Казахстана 10 января 2018 года Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев отметил, что ключевым приоритетом образовательных программ должно стать развитие способности к постоянной адаптации к изменениям и усвоению новых знаний [1]. Только при успешной трансформации системы образования можно говорить о возможностях для нового рывка и повышения стандартов жизни. Ключом к успеху будут служить энергичные, последовательные, но в то же время расчетливые преобразования. Те решения, которые принимаются сегодня в сфере образования, будут определять возможности Казахстана войти в число наиболее развитых стран мира.

Для успешного функционирования всей образовательной системы необходимо решить множество задач. Обеспечение всех учреждений высококвалифицированными кадрами, обновленное содержание образования, внедрение новых механизмов финансовой поддержки системы образования и его мониторинга, разработка партнерской системы в сфере образования между государством и частным сектором, развитию цифровых образовательных ресурсов, поддержка молодых ученых, академическая свобода вузов. В конечном счете, образуется собственная передовая система образования.

Необходимо стимулировать и совершенствовать творчество молодежи в науке, при активном участии частного бизнеса развертывать образовательные учреждения начального профессионального образования. Основная роль СМИ – подавать конкретный пример, как создаются и воплощаются в реальность различные открытия и изобретения; активно содействовать тому, чтобы научное и техническое творчество высоко оценивалось обществом, было доступно для талантливых людей, приносило им успех и процветание.

В конечном итоге, все это должно сформировать у нынешней молодежи активную гражданскую позицию, чувство патриотизма, а также способствовать выработке высоких лидерских и нравственных качеств.

Для Казахстана важным аспектом совершенствования системы образования является генерирование талантливых специалистов и ученых посредством формирования специализированных национальных центров по подготовке научно-технических кадров. Модернизация образовательной системы в этом направлении идет высокими темпами.

Школьные и вузовские стандарты обучения социально-гуманитарным, естественнонаучным и техническим дисциплинам должны соответствовать европейскому уровню. Необходимо стимулировать и совершенствовать творчество молодежи в науке, при активном участии средств массовой информации и частного бизнеса развертывать образовательные учреждения начального профессионального образования. Основная роль СМИ – подавать конкретный пример, как создаются и воплощаются в реальность различные открытия и изобретения; активно содействовать тому,

чтобы научное и техническое творчество высоко оценивалось обществом, было доступно для талантливых людей, приносило им успех и процветание.

Для формирования и развития человеческого капитала, а также повышения конкурентоспособности Казахстана, путем обеспечения доступного и качественного образования – была разработана Государственная Программа развития образования РК. Основой этой программы послужил Указ Президента Республики Казахстан «О Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года». Перед страной были поставлены масштабные цели: необходимо усовершенствовать систему государственного финансирования, с целью равного доступа к образованию, вернуть популярность и быллой престиж профессии педагога, полная интеграция 12-летней модели обучения, а также обеспечить качественное дошкольное воспитание и обучение [2]. В конечном итоге, все это должно сформировать у нынешней молодежи активную гражданскую позицию, чувство патриотизма, а также способствовать выработке высоких лидерских и нравственных качеств.

### Литература

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 10 января 2018 г. [Электрон. ресурс]. – 2018. – [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvarya-2018-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvarya-2018-g) (10.01.2018)
2. Указ Президента Республики Казахстан от 1 февраля 2010 г – № 922 О Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года: [Электрон. ресурс]. – 2010. – URL.: <http://zakon.nur.kz/strategii-i-programmyi-respubliki-kazahstan> [http://www.akorda.kz/ru/official\\_documents/strategies\\_and\\_programs](http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs) (18.06.2015)

Рысбаев С.С.

### **Салттуу жана элдик тарбиянын принциптери менен методдорунун жана каражаттарынын жалпылыктары тууралуу**

Принцип түшүнүгү илимде (латын сөзүнөн алынган, *principium* – негиз, башат) – жетектөөчү ой, негизги эреже, ишкердүүлүктүн жана жүрүм-турумдун негизги талабы катары кабыл алынган [1]. Демек, ал педагогикалык процессте негизги, башат жоболордун т.а. тарбия-таалим берүүдө коюлуучу, анын натыйжалуулугуна жетишүүчү, инсанды ар тараптан өнүктүрүүгө багытталуучу жоболордун системасы болуп саналат.

Эгер өнүгүүдө себеп менен натыйжа бири-бири менен тыгыз байланыштуу болсо, анда, принцип педагогикалык процесстин негизги башат багыттарын, анын максатын, мазмунун, натыйжасын жана аны уюштуруунун методикасын аныктоочу, жетектөөчү башкы талап болуп калат.

Эгер эгемендүүлүк шартыбызга ылайык, мектептерде тарбиянын башкы максаттары тууралуу ойлоно турган болсок, ал максаттар: баладагы патриоттук-атуулдук сапатты түптөө, этномаданий салттарды өздөштүрүү, улуттук-тарыхый эстутумду, элдик педагогикалык маданиятты, гумандуулук баалуулуктарды бекемдөө; Ата Мекендик педагогикалык салттарды азыркы күндүн тажрыйбалары менен айкалыштыруу аркылуу баладагы атуулдук, кесиптик, инсандык, ишкердик, жеке жана өз алдынчулуулук сапаттарын, проблемаларды чече билүүчүлүк компетенцияларын өнүктүрүү, эмгектенүү жана татыктуу билим алуу менен гана келечегине жакшылыктарды жаратарына ишенимдерди туудуруу ж.б. болуусу ыктымал.

Мында баса айта турган маанилүү маселелер: баланын табигый өнүгүшүнө, талаптарына, жекече өзгөчөлүгүнө, чөйрөсүнө, улуттук өзгөчөлүктөрүбүзгө таянуу, улуттук жана жалпы адамзаттык баалуулуктарды, салттарды, маданий элдик жүрүм-турум нормаларын эске алуу, өз элине тиешелүүлүк сезимдерин өнүктүрүү, мектеп бир бөлүгү гана болуп эсептелинген – бала-

нын үйдөгү тарбиясын, жашаган чөйрөсүн, тилин, маданиятын, салттарын бүтүн бир бирдикте эске алып жүргүзүү – эң эле актуалдуу жана эң эле туура белгиленген.

Арийне, элдин таалим-тарбия практикасы ырааттуу эреже-жоболордун, принциптердин негизинде жүзөгө ашырылганын этнопедагог А.Алимбеков мындай деп жазат: «Жалпы жонунан, кыргыз элинин салттуу тарбия маданияты:

- 1) табиятка шайкештик;
- 2) тарбиялануучунун курактык жана жеке өзгөчөлүктөрүн эске алуу;
- 3) баланын инсанын урматтоо менен ага коюлуучу олуттуу талаптардын биримдигине жетишүү сыяктуу принциптерине негизделген» [2].

Ал эми учурда дидактиканын мындай жалпы классикалык принциптеринен сырткары, жаңыланган коомдун талаптарына жараша окутуу менен тарбиялоонун максат-милдеттерине ылайык аларды өркүндөтүү жана тактоо процесси жүрүүдө. Ал учурда жаш муундарды тарбиялоонун мазмун жана методдорун өркүндөтүү, уюштуруу формаларын жаңылоо менен өзөктөш да болуп саналат.

**Чындыгында эле, тарбия берүүдө мына булар сөзсүз эске алынат:**

– балдардын жаш-курактарына, жеке личносттук өзгөчөлүктөрүнө таянуу, анын жол-жоболорун аныктоо, пайда болуучу карама-каршылыктарды жоюу, түрдүү жагдайларын үйрөнүү, жүрүм-турумдун, курактык жана психологиялык көрүнүштөрүн көңүлгө алуу;

– чөйрө жана мезгил талабына шайма-шай келген, улуттук маданий салттардын талабын эске алуу;

– баланын аң-сезимдүү ишкер аракетин көңүлгө алуу менен, жекече гумандуулук мамилелерине таянуу;

– улуттук өзгөчөлүктөрдү эске алуу жана жалпы адамзаттык, улуттук жана интернационалдык башталмаларды унуткалтырбоо, ошондо да баланын өз улутуна да, дүйнөлүк цивилизацияга да таандык субъект экендигине басым коюу;

– үй-бүлө, мектеп жана чөйрөнүн байланышын чыңдоо, мектепте окуу-тарбия иштерин «үй-бүлө дидактикасынын» салттары жана каражаттары [3] менен байытуу.

Биз өзүбүздүн жеке изилдөөбүздүн жүрүшүндө кыргыз эли урпак тарбиясын жүзөгө ашырууда төмөндөгүдөй принциптүү жоболорго таянгандыгын байкадык. Алар:

- балага курактык жана жекече өзгөчөлүктөрүнө жараша мамиле жасоо;

- улуулардын пикирин кичүүлөр сөзсүз орундоосу, улуунун сөзү-кичүүлөр үчүн аткарууга мыйзам экендиги;

- көпчүлүктүн пикирин эске алуу, көпчүлүктүн катарында болуу, элдин ичинде эл менен бирге болуу, элдик салттарды бузбоо, сактоо;

- тарбиянын турмуш практикасы менен байланыштуулугу;

- тарбиянын аң-сезимдүүлүгү жана жалпы адамзаттык асыл-нарктарга, баалуулуктарга таянуу.

**Элдик тарбия** бүгүнкү салттуу педагогиканын негизги жоболорун четке какпайт же, тескерисинче, илимий педагогика элдик педагогиканын жоболорун жерибейт, тактап айтканда, илимий педагогика элдик улуттук педагогиканын жол-жоболору менен байыйт. Ушуга байланыштуу Г.В.Волковдун: «эгерде тарбиянын пайда болуу жана өнүгүү тарыхын миң беттен турган китеп катары элестете турган болсок, мектеп жөнүндөгү түшүнүк анын 995 же 996-беттеринде гана кездешмек» [4] деп жазганын эске алсак, анда, илимий педагогиканын негизин, анын максат, милдетин, негизги жол-жобо принциптерин, методдорун, методикалык ыкмаларын дээрлик элдик педагогика түзүп турарына ынанууга болот.

**Карап көрөлү**, илимий педагогикада тарбиянын төмөндөгүдөй жалпы мыйзамченемдүү жоболору катары булар эсептелинери белгилүү: тарбиянын турмуш практикасы менен байланыштуулугу, тарбияга комплекстүү мамиле жасоо, аң-сезим менен жүрүм-турумдун биримдүүлүгү, эмгекте тарбиялоо, инсанды коллективде тарбиялоо мектеп окуучунун жекече жана курактык өзгөчөлүгүн эсепке алуу, педагогикалык таасир берүүнүн улантмалуулугу жана ырааттуулугу, мектеп, үй-бүлө жана коомчулуктун бирдей талап коюусу [5].

**Бул айтылган принциптерди бири-бирине салыштыра келсек**, өзгөчө деле айырмалана турган белгилери жок. Концептуалдык жактан алганда, айрымдары бири-бирине дал келип отурганы да байкалат. Демек, кылымдар бою эл өз урпактарын кандай принциптүү жоболорго жараша тарбиялап өстүрүп, калып-

тандырып келгенин бүгүн илимий педагогиканын талаптарына салыштырсак ишенимдүү да, туура да экендигине күбө болобуз.

Анткени элдик педагогика да, илимий педагогика да турмуш практикасынын негизинде, коомдук талапка, эртеңки күндүн милдеттерине карата өзүнүн таалим-тарбия берүү жолдорун түзүп чыккан. **Төмөндө мына ошол элдик жана илимий педагогикадагы тарбия принциптерин салыштырып көрөлү.**

**Төмөндөгү 1-таблицаны карап, салыштырып талдап көрөлү.**

М.И. Стельмахович (украина) элдик тарбиянын төмөндөгүчө системага салынган методдорун айтып өтөт:

**Ишендирүү методдору.** Ага булар кошулат: түшүндүрүү, үйрөтүү, сөзгө туруу, кеңеш айтуу, аңгемелешүү, үлгү көрсөтүү, баарлашуу жана эскертүү.

Баланын турмуштук ишкер аракеттенүүсүн уюштуруу, туура жүрүм-турумга *көнүктүрүү*, эмгек эрежелерине *машыктыруу*, *тапшырма берүү*, *талап кылуу*, *сурануу*, *өтүнүү*, *буюруу*, *тыюу методдору*.

Баланын жүрүм-турумун *стимулдоо методдору*: кубаттоо, колдоо, мелдештирүү, сыйлоо, жазалоо [6].

Этнопедагог А.Алимбеков: тарбиялоонун усулдары катары – өрнөк көрсөтүү, түшүндүрүү, ынандыруу, ишеним, бата, өтүнүч, кеңеш, ишарат, алкыш, какшык, зекүү, эскертүү, көндүрүү, тыюу, коркутуу, дем берүү жана башкаларды кошуп келет [7].

Элдик мындай таалим-тарбиянын усулдарын кенен чечмелеп түшүндүрсөк төмөндөгүлөр болмок. Мисалы:

- турмуштук тажрыйбасы кең, улуулардын кичүүлөргө **өрнөк көрсөтүүсү**;

- турмуштук кыйын-кысталыш учурларда асыл **кеңештерин айтуу**;

- улуулардын кичүүлөргө **бата берип**, ак жол каалоолору;

- жакшы жөрөлгөлөрү, жүрүм-турумдары үчүн улуулардын **алкышы**, дем берүүсү;

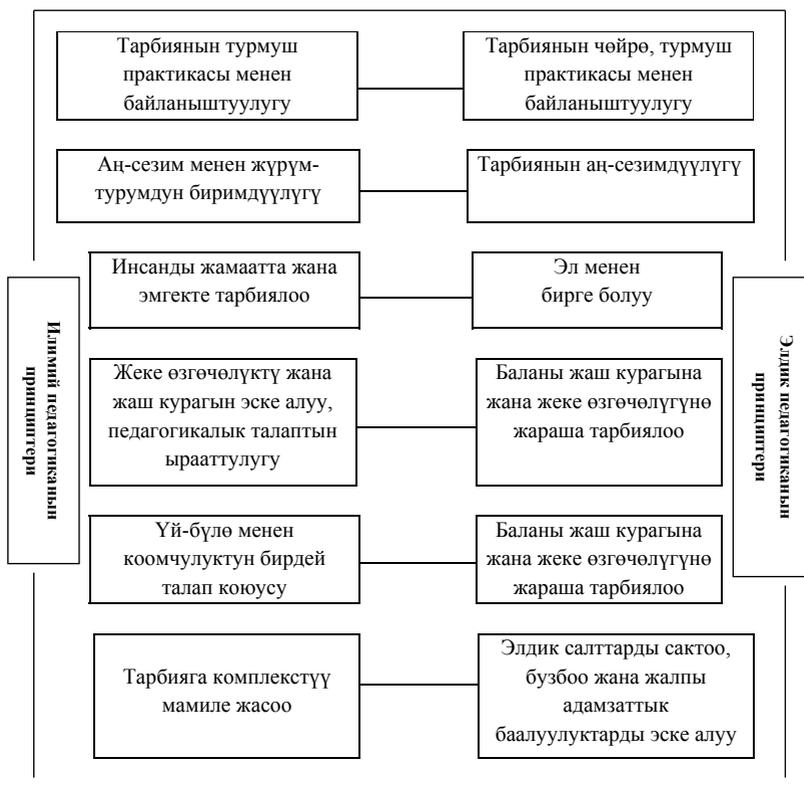
- туура эмес жүрүм-турумдары үчүн а дегенде эскертүү, **какшык айтуу**, **зекүү**, **катуу айтуу**, **какыс-кукус кылуу**;

- керек учурда күнөөсүнө жараша **акыйкат жазалоо**, **коркутуу**, **далилин таап уяткаруу**;

- **убадасын алып**, **сөз бекитүү**;

- кырдаалга жараша **тыюу**;

1-кесте



- иштин жөнүн айтып түшүндүрүү, ишарат кылуу, көнүктүрүү, чындыкка ишендирүү, ынандыруу жолдорун көрсөтүү, жардамдашуу [8];

Учурда педагогика боюнча жогорку окуу жайлар үчүн түзүлгөн программада тарбиялоонун төмөндөгүдөй методдору сунуш кылынган:

Жеке адамдын аң-сезимин калыптандыруу методдору (т.а. көз караштарын, *ишенимдерин жана идеалдарын калыптандыруу*). Буга лекция, аңгеме, доклад, маектешүү, диспут, конференция ж.б.

Ишкердүүлүктөрдү уюштуруучу жана коомдук *жүрүм-турумду калыптандыруучу методдор*, буга педагогикалык түрдүү талаптар кирет.

Ишмердүүлүктөрдү жана *жүрүм-турумдарды стимулдоо методдору*. Буга сыйлоо, мелдештирүү жана мактоо, колдоо методдору кирет.

Текшерүү, *өзүн өзү текшерүү* жана өзүнүн ишкердүүлүгүнө, жүрүм-турумуна *баа берүү методдору* [9].

Тарбиялоонун методдору туурасындагы маселеге профессор Э.Мамбетакунунов да атайын кайрылып, аны мындайча топторго бөлүп, ыкмаларын төмөндөгүчө түшүндүрөт:

- *аң-сезимди калыптоо методдору* (аңгеме, түшүндүрүү, чечмелеп берүү, лекция, ишендириүү, ынандыруу, көрсөтмө берүү, диспут, доклад, үлгү);

- *ишмердүүлүктү уюштуруу методдору* (көнүгүү, үйрөтүү, талап, коомдук пикир, тапшырма берүү);

- *стимулдоо методдору* (мелдеш, сыйлоо, жазалоо) [10].

**Метод деген эмне?** Метод – адамды өнүктүрүп-өстүрүүдө анын «аң-сезимине, эркине, туюмуна жана жүрүм-турумуна тасир этүү жолдору катарында ар бири өз алдынча ишке ашырылуучу, өз маалында белгилүү роль ойноо менен, баланын аң-сезимине таалим-тарбиясына зор үлгү болуп, кайра түзүүчүлүк таасири бар жол болуп саналат.

«Тарбиялоо» деген эмне? «Тарбиялоо» дегенде – тарбиялануучуларды белгилүү бир сапаттарга калыптандырууга карата максатка ылайык таасир берүү жана турмуштук ишкердүүлүктөрдү уюштуруу эске алынат» [11].

Тарбиялоо процесси үч түрдө жүрөрү белгилүү, алар: *тууроо, ишендириүү* жана *үйрөтүү* [12].

*Тууроо* – улууларды туурап кайталоо – улуулардын жакшы жүрүм-турумдарын тууроо, кайталоо. Көбүнчө, бала кенже курагында ата-энесин, окуткан мугалимин туурап, ошолордой болулары келишет.

*Ишендириүү* – эгер бала туура эмес иш жасаса, ага «сен жакшысың, сен мындай иш жасагың келген эмес, туурабы, а сени ушул ишти жасоого башка бирөө түрттү» – десе, бала ойлонот: «Мен чынында, мындай иш кылгым келген эмес, а эмне үчүн мен мындай кылдым?» деп ойлонот да, жаман иш жасоого экинчи ирет барбайт.

*Үйрөтүү* да маанилүү, ал балага «кайсы бир маалыматты гана үйрөтүү эмес, а балада кандайдыр бир машыккандыкты, көндүмдөрдү

иштеп чыгууга көмөк көрсөтүү» [13] окутуунун жүрүшүндө баланы жакшы адаттарга үйрөтүү болот, а ал жакшы адаттар адамдагы натурага айланса, ал жакшы натыйжаларга алып барат.

Кээде жакшы сапаттарга *үйрөтүүдө* таасир көрсөтүү принциптерин да пайдаланууга туура келет. Бирок зордоо – тарбиялоонун каражаты эмес. Ал башка бирөөнүн каалоосу менен аткарылган ган иш болуп саналат.

**Демек, тарбиялоо** – элестүү айтканда, бир адамдын экинчи бир адамга жана өз ара бири-бирине таасир көрсөтүүсү. А адатта, адамдар бири-бирине аң-сезимдүү түрдө да, аң-сезимсиз түрдө да таасир этип жашайт. Анын аң-сезимдүү түрдө таасир этүүсү – алгылыктуу үлгүсү менен таасир этсе, аң-сезимсиз түрдө таасир этүүсү – зордоо, жазалоо менен таасир этип тарбиялоосу катары эсептелүүсү мүмкүн.

**Тарбиялоо практикасында кээ бир педагогдор жазалоону пайдаланышат, бирок жазалоо баланын жүрүм-турумунун калыптануу курагына дал келбеген болсо, андан натыйжа чыкпайт.** Жазалоо менен ал бала эмне үчүн жазаланып жатканын түшүнсө жакшы, а түшүнсө, андан пайда жок. Көпчүлүк убакта, жазалоо менен баланын жүрүм-турумун өзгөртө албайт. Жазалоо баланы коркуткандан башка таасир бербейт. Анан да, бала өз жүрүм-туруму үчүн кандай жаза аларын билип турса бир жөн, бул – балка менен өз колун өзү чапса ыйлабагандай, а башка бирөө чапса ыйлагандай кеп. Болуп калат.

Демек, жогорудагы окумуштуу-методисттер менен этнопедагог изилдөөчүлөрдүн ой пикирлерин системага салып, окуучуларга тарбия-таалим берүүнүн төмөндөгүдөй методдорун жана ыкмаларын таблица түрүндө минтип сунуш кылса болот:



Эми мына ушул методдордун бири таасир этүү методу тууралуу бир аз сөз кылалы.

Төмөндө таасир этүү методунун каражаттары, чагылдырылган жомоктор, ошону менен бирге, аталган жомоктордо эл урпактарын кантип таасир көрсөтүү аркылуу тарбия берген идеяларды эске салып көрөлү.

Элдик тарбия методдору	Элдик жомоктор	Кантип тарбиялайт?
Таасир этүү методдору: –эскертүү	«Көк карчыга»	Табиятка аёо менен мамиле кылса, табият да адамга жакшылык кылат. Табиятка жакшылык кылсаң, ал сага жакшылык кылат деп эскертип жатат.
–уяткаруу, тыюу	«Чечен келин»	Акылдуу, чечен келин байдын кыйынсынган баласын сөзгө сындырганы.
–бата берүү	«Жээренче менен Акылкарачач»	Акылкарачач Жаныбек кандын суроолоруна жооп берип, уяткарганы. Акылкарачачтын акылмандыгын билип, бата берип, ошондон кийин кыз «Акылкарачач» атка конгону.
– буюруу – кубаттоо – коркутуу, жазалоо.	«Акылкарачач менен кара кан», «Убадага бек жигит», «Жээренчендин Караканга элчиге барганы», «Чынчыл Чыпалак», «Алымкул түшчү».	Каракан бала Жээренченин акылына ыраазы болуп, бата бергени, ошондон чечен аталганы. Чындыкты айткандыгы үчүн малдын ээси Чыпалакты кубаттоосу. Айла менен колго түшүргөн ууруларды коркутуп элден алыс кетирүү, элди уурулардан куткаруу.

**Демек,** бул таблицадан элдик жомоктордун тарбиялык мааниси кандай экендигин, алардын сюжеттеринде элдик тарбия методдору менен ыкмалары кантип катылып жатканын баамдадык.

**Ал эми, жогоруда айтып өткөн таалим-тарбия түрлөрүн жана ыкмаларын ишке ашырууда элдик тажрыйбада кандай каражаттар пайдаланылган? -деген суроо туулат:**

- *биринчиден*, жомоктун, элдик ырлардын, накыл кептердин өзү негизги каражаттардан болуп саналган.

- *экинчиден*, табышмак айтып, сөз же башка каражаттар менен сыноо, анын интеллектуалдык (акыл-эс) жөндөмдүүлүгүн байкоо, тапшырма берүү, ишеним билдирүү, жазалоо, каяша айтуу жана керез айтуу (кыргыздарда керезди аткаруу да чоң милдет, адамдык парз болуп саналат).

- *үчүнчүдөн*, оор тапшырма берип сыноо (аткарууга кыйын шарттары бар сыноо, алыска жөнөтүп сыноо), өмүрүн тоболкелге салып, эл үчүн өзүн-өзү сыноо, тапкычтыгын сыноо, акылын, күчүн сыноо;

- булардан сырткары, бүткүл элдик чыгармалар, эпостор, макал-лакаптар, жаңылмачтар, табышмактар, апыртмалар, уламыштар, аңыз кептер, элдик майрамдар – баары элдик тарбия каражаттарынын милдетин аткарышкан.

**Бул айтылган методдор**, ыкмалар жана каражаттар- элдик тарбиянын мектеби, академиясы болгон. Элибиз ошолор менен улам жаңы муунуна элди таанытып, элдик тажрыйбаларды үйрөтүп, ошолор менен өнүктүрүп, тарбиялап, жакшы сапаттарга үндөп, жаман сапаттардан арылтып, улуулугун сактап, элдүүлүгүн жоготпой келишкен.

**Бүгүнкү күндөгү «жомок-терапиясы» деп айтып жүргөн технология ошону эске салып турат. Ал туурасындагы сөз башка.**

#### Адабияттар

1. Педагогика. /Ю.К.Бабанскийдин жалпы редакциясынын алдында. –М.: Просвещение, 1988. – 43-б.
2. А.Алимбеков. Китепте: Кыргыз эл педагогикасы; изденүүлөр, табылгалар. –Б. 1998, 54-бет
3. Вершинин В. Воспитание в патриархальной семье (мудрости предков). //Журнал: «Народное образования», №4, 2002, 201-б.
4. Волков Г.В. Этнопедагогика. –Чебоксары, 1974, 68-б.
5. Педагогика. /Под ред. Ю.К.Бабанского. –М.: Просвещение, 1988, 290-б.
6. Стельмахович М.И. Родная школа, 1993, № 4, 14-17-б.б.
7. А. Алимбековдун жогорудагы макаласы, китептин 12-бетинде.

8. Алимбеков А. Элдик педагогика деген эмне? Китепте: Кыргыз эл педагогикасы. –Б., 1998. – 12-б.
9. Жогорудагы китеп, 32–33-б-б.
10. Мамбетакунов Э.М., Сияев Т. Педагогиканын негиздери. –Б., 2002.
11. Слуцкий В.Н. Элементарная педагогика или как управлять поведением человека. –М.: Просвещение, 1992. – 9-б.
12. Жогорудагы китеп, 29-б.
13. Жогорудагы китеп, 33-б.

**Takhan S.S.**

**Academician Rimgali Nurgali  
as an outstanding representative  
of modern Kazakh literary criticism**

In the 1960s a new generation of scholars that had been shaped spiritually and morally during the «thaw» period entered the Kazakh literary studies. In literary criticism, first steps were being taken by a new formation of researchers who, instead of prioritizing the educational or socially mobilizing impact of the artistic word which was characteristic of the preceding Soviet history and literature theory, put the emphasis on the problem of artistic mastery, the connection of traditions and innovation and the dominants inherent in literary text. The academic studies of the young literary scholars rejected ideological fetishes and revealed a general dissatisfaction with the research instruments imposed by socialist realism apologetics, as well as a desire to update and expand the concept of national literary history.

Rimgali Nurgali, a late Kazakh literature scholar and academician of the National Academy of Sciences, is recognized as a remarkable representative of this new Kazakh literary criticism. An esthete and philologist of great erudition, in his works [1,2] he invariably goes beyond the limits of one methodology, coordinating various conceptual approaches to the analysis of fiction phenomena, and thus, aligning with modern world trends in aesthetic and literary thought.

The name of Rimgali Nurgali is associated with outstanding discoveries in the bold rethinking of established assessments of known literary facts, which owed to the fortunate and organic combination of an inquisitive analytical mind and impeccable aesthetic taste.

The colossal erudition and dedication to verifying his artistic impressions with analytical thought operations in determining the objective merits of a literary masterpiece eliminated any chance of him going on the beaten track of sociologism. Not content with defining the absolute value of a literary work through the identification

and description of social life forms present in its fictional world, the scholar seeks other grounds for assessing the causes of the impact that nationally conditioned artistic imagery and characters have on the reader's perception.

R.Nurgali's article «How was *Kily Zaman (Hard Times)* written?» (1967) is a testament to the fruitfulness of his experience in the scientific analysis of literary texts. The modern reader should be reminded that the critic was the first, after many years of neglect, to talk about the need to return this masterpiece by M.Auezov to the context of Kazakh literary history in order to present a truly scientific view of the origin and development of the realism method it employs. It was a civil act, an act of patriotism on the part of the young philologist, which required a certain courage. Above all, the publication of this article in the newspaper *Kazakh Adebieti* objectively marked the beginning of a new page in Kazakh literary criticism characterized by the desire to draw conclusions based on the analysis of artistic merits, even if these conclusions contradicted the Marxist-Leninist methodological guidelines. The very course of the researcher's thoughts is illustrative, demonstrating the benefits of separating Auezov's own subjective interpretation of his brainchild – the novel *Kily Zaman* – as a vicious consequence of his inner ideological confrontation, from scientifically verified conclusions stemming from a consistent analysis of the ideological and artistic merits of the text.

The first answer that the critic received from his exploration of the actual text of the novel is that the objective idea underlying the work is wider than the direct depictions of the uprising of the Kazakh Alban tribe in 1916. This idea is common to all of Auezov's work, and its dialectic is shaped by the author's concept of Kazakh history that started to form in the first edition of the play *Yenlik-Kebek*, was developed in his journalistic and literary works in the 1920s and is deeply embodied in the epic novel *The Path of Abay*, one that was based on historical thinking which does not divide the life of the Kazakhs into before and after the October Revolution, rather, combining all the controversies of the people's struggle for survival and freedom throughout a long period from the middle of the XIX century to the middle of the XX century into a single panorama of the natural maturing of the idea of national independence. Of course, R.Nurgali had to take into consideration the inertia of the expectation of purely ideological assessments from the

standpoint of class struggle, without which an interpretation of a work that touched the topic of a popular uprising against tsarist iniquity was simply unthinkable in the 1960s. Formally rebuking M. Auezov for the low intensity of class contradictions in character relationships, R. Nurgali highlights as the writer's achievement the artistic truth in depicting the harsh life collisions that triggered a bloody clash between tsarist soldiers and Kazakhs, and aggravated the tragic split in the Kazakh society in the face of a severe historical challenge – submission to the Russian imperial demand of sending their youth to a war front to build logistical fortifications.

Auezov's realism is manifested in the fact that it visibly and perceptibly conveys the social atmosphere of the thickened energy of the popular protest against bureaucratic tyranny, but the truth of life also lies in the absence of any historical guiding principle for the insurgents, any leading idea capable of rallying and organizing an amorphous mass of people.

The imperial colonization policy undermined the foundations of the Kazakh people's subsistence at a rapid pace, put them in the position of outlaws on their own land, as eloquently told by old Zhamenke at an interrogation with a Russian prosecutor: «They grabbed the land. Grabbed the wintering quarters. The water nourishing the people they took for themselves. Our land is sold to us». But the people's tragedy was aggravated by the fact that its elite, comprised of heads of volosts (administrative districts), bays (rich landowners) and batyrs (warriors), was largely incapable of resisting the colonial onslaught of tsarism, and in some part stood in the position of serving the autocracy, while the young generation of political leaders with a constructive program of struggle for independence, with A. Bukeikhanov, A. Baytursynov and M. Dulatov at the forefront, did not possess the authority during the uprising of 1916 that would allow them to influence the troubled people, objectively not ready for a coordinated liberation movement. However, a spontaneous protest of the Alban tribe is shown by Auezov with the greatest skill; the tides and ebbs in the mood of the rebels that manifested in their impulses were described with an epic scope.

R.Nurgali is expressly attentive to such plot twists as the reckless attack of the rebels on the Karkarinsky fair, with the hasty and panicked retreat of tsarist soldiers stunned by the rampant sacrifice of an almost unarmed crowd, not frightened by machine-gun fire, and

the ensuing mournful gatherings of the Alban people forced to migrate to China. Skillfully alternating panoramic and character-focused details of insurgent behavior, the young Auezov achieves the effect of absolute authenticity of the dialectics of historical events presented in the novel, fully convincing of the reality of conflicts of consciousness and character confrontations arising in relation to the uprising.

R.Nurgali attaches special importance to the description of the language as the most important component of the analysis of a literary text. It can be argued that he, following Mikhail Bakhtin, adheres to the position according to which «... aesthetic analysis should look into a work in its primary <...> givenness and to understand its structure <...> as a language phenomenon» [3, p.17]. In the article «How was *Kily Zaman* written?» the critic speaks of the novel's figurative language as the writer's special achievement. Auezov's innovation in the stylistic solution of the novels' creative tasks, according to R. Nurgali, has to do with the expansion of dialogue – the main artistic means of narrative dramatization. Strict lexical selection in a dialogue allows to identify deeply hidden meanings of words, while the contextual word semantics in a dialogue is transformed into an expressive internal gesture that connects a character's intense inner search with the world of nomadic Kazakhs. On a broader scale, one can speak of Auezov's representation through language, particularly through Zhamenke and Uzak's monological reasonings, of the folk thinking culture and the philosophical calendar of Kazakhs.

With regard to R. Nurgali's new and adequate reading of M. Auezov's novel *Kily Zaman*, forty years after its first publication, one can rightfully apply N.Gartman's words that a work of art «always exists and is waiting for the moment when the perceiving consciousness ripens»; that it «needs an understanding or recognizing consciousness to which it can appear» [4, p.127].

R. Nurgali's theoretical studies covered a wide range of problems of national literature development. As the first among the explored phenomena of national culture R. Nurgali denotes the Kazakh language as a factor regulating the national picture of the world. A creator's native tongue predetermines the nature of a fictional character/image, its very structure being the code for penetrating the elements of people's life. Everyday life, psychology and spirit of the nation are built into the language continuum of a literary work. Therefore, a

comprehensive and thorough study of the circumstances of the gradual distancing of the Kazakh poetic language from the Turkic, Arabian and Persian literary languages as the first manifestation of national self-identification is proclaimed by Nurgali as the most important task of Kazakh literary studies. This scientific problem is closely related to his search for answers to questions concerning the interpretation of the conditions in which the creative individualities of Abay, Shakarim, Zh. Aimaurov, M. Auezov, B. Mailin, S. Seifullin, G. Musrepov were formed.

The scholar's next interest area is the systematization, description and generalization of a large amount of material concerning the manifestation of artistic imagery and characterization in the Kazakh literature. The work that required a large-scale overview and integration of scientific views on image (imagery) from Aristotle to Boileau, and further from Hegel to the theorists of our time, was brilliantly executed. Starting from the established formula according to which the image is the focus of all art, R. Nurgali gives his understanding of the term: «The image in art is a particularly significant tool of description and learning of reality, with its proper discipline and object» (translated by T.S.) [1, p. 34]. The image in a literary work arises only as a consequence of a word's semantic and aesthetic transformation in the process of realization of the author's idea. In order to prove his thesis, the scholar cites the following verse by Makhambet as a model for an image:

*I, an old maral, am frisking on the mountain.  
Pushing off from the stone with a sole,  
I ascend to the very top* (translated by T.S.)

This is followed by a detailed lexical and semantic analysis of the text, which, according to R. Nurgali, leads to an understanding of the depths of the author's personality, his worldview, his creative method: «In a passage from the widely known poem by Makhambet there is a particularly significant cell. In terms of the grammatical form, nothing in it breaks the formal Kazakh language structure... Individual words denote various phenomena and highlight each other. Let's try to split the whole picture: a mountain, an old maral (red deer), a sole. The mountain represents height, ascent, eternity; this is nature itself. The old maral reminds of a person's life in his declining years. The maral is the embodiment of beauty, however, the combination «old maral»

evokes a different concept: like a sphinx, a centaur. Also, do not Kazakhs, who are ready for any sacrifice for the sake of children, not kiss the soles of their babies in moments of rapture? In short, it is as if we saw multi-level complex relationships between a phenomenon and an image and how the transition «from the concrete to the abstract, from the abstract to the concrete» is traced (our translation – T.S.) [1, p. 34].

In this context, Nurgali's understanding of the symbol as an important element of an artistic image is given particular importance. An image is especially suggestive when an object's image and deep meaning are inseparable from each other, mutually «shine through».

As R. Nurgali firmly believed, the analysis of a literary text is a cognitive process in which a critic's artistic impression is of great importance, but above all it is an objective analysis of aesthetic merits that give rise to the effect of the impossibility of reproducing the masterpiece. A literary critic's partial reading based solidly on the laws of scientific cognition «unpacks» the true meanings of an artistic creation, and it forms a «range of correct and adequate readings.»

R. Nurgali's literary school is one of the cornerstones of Kazakhstan's modern academic culture. The promising methodology the philologist offers for the research of the national and world literature is repeatedly validated by the productive works of his students and followers, and by the demand for his monographs and textbooks by the academic community, students and a wide range of readers.

### References

1. Nurgaliev R. Telagys. Adebi dastur men adebi damu. –Almaty: Zhazushy, 1986.
2. Nurgaliev R. Syrly soz Adebi syn, zertteu. – Almaty: Zhazushy, 2000.
3. Bahtin M.M. Voprosy literatury i ehstetiki. – Moskva, 1975.
4. Gartman N. Ehstetika. – Moskva, 1958

Sarsekeeva N.K.

### **About interactive teaching methods of russian language and literature in Kazakh National University named al-Farabi**

The objective needs of modern society actualize the problem of the widespread introduction of developmental and personality-oriented technologies. In connection with this modernization of higher education aimed at changing attitudes to teaching methods, expanding the arsenal of teaching methods, the revitalization of the students in the class, and others. Today, it is especially important that students were not a passive object of influence, and could on their own find the information and exchange views on a specific topic with their peers; participate in discussions, to find reasonable arguments. Interactive training is a knowledge, aimed at discovery: students learn to practice new skills, gain experience in analyzing and solving problems.

Many methodological innovations today are connected with the use of interactive teaching methods. The term «interactive» is derived from the word «interact» (Eng.), where the «inter» – mutual, «act» – to act. «Interactivity» means the ability to interact with or be in dialogue. Therefore, interactive learning – is a training dialog. The dialogue is possible with traditional teaching methods, but only on the lines of «teacher – student» and «teacher – a group of students (the audience)», as reminds the researcher [1, p.5]. With interactive learning dialogue is built on the lines of «student – student» (work in pairs), «student – a group of students» (group work), «student – audience» or «group of students – the audience» (presentation of group work), «student – computer», etc.

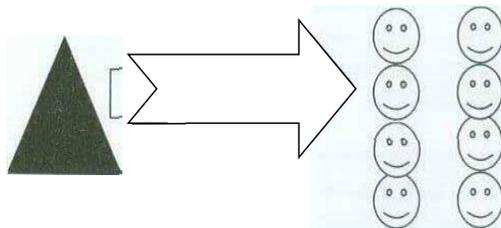
**Interactive learning** is a special form of organization of cognitive activities, when the learning process takes place in such a way that almost all the students are involved in the learning process: they have the ability to understand and reflect on about what they know and think. Joint activity of students in the learning process, development of teaching material means that everyone makes their own individual contribution, goes the exchange of knowledge, ideas and methods of activity. The atmosphere of goodwill and mutual support allows

students not only to obtain new knowledge, but also to develop their communication skills: ability to listen to another opinion, weigh and evaluate different points of view, to participate in the discussion, to develop a joint solution. Educational opportunities of interactive forms of work also contribute to the establishment of emotional contact between students, teach to work in a team, contribute to the formation of understanding and own success, as noted by researchers [2, p. 26].

In comparison with traditional learning in an interactive learning activity the teacher gives students a place of activity, and the task of the teacher is to create conditions for the initiative.

*Table 1*

**Passive strategies or methods of linear effects**



In the case of strategies of information character process of teacher interaction with students turns into a one-way linear effects, as shown in table 1. The teacher or supervisor is the main organizers; they distribute the work, offer a pre-compiled plan, personally supervise all activities of students, and individually distribute the necessary information. Research problem is not discussed during the joint work, and offers students as the most current and relevant thing. The impact of the teacher to audience has not differentiated nature – they are perceived as the total mass, and is not intended to take into account their response or the individual characteristics of each.

The nature of interaction between teacher and students is changing in the case of the use of active learning strategies. Although the teacher is the main and only source of information and expert, but the students are no longer passive listeners: they can ask questions, clarify the necessary provisions, and offer their own solutions. Classes do not have a rigid structure. during it can be arisen additional topics for

discussion. Formulation of the problem also occurs during the joint discussion. Table 2 shows the number of a bilateral nature of teacher and students communication, along with it teacher's role in active methods is still main.

Table 2

### Active strategies or methods of circular action

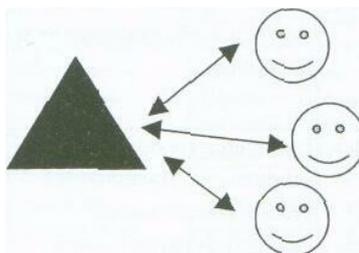
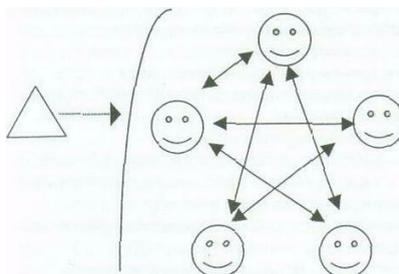


Table 3

### Interactive strategies or methods of circular interaction



During an interactive strategy the teacher's role is changing dramatically – ceases to be central, it only regulates the educational process and deals with its general organization, defines the general direction (prepare in advance the necessary tasks and formulates questions or topics for discussion in student groups), controls the time and order performing scheduled work plan, gives consultations, explain complex terms and helps in case of serious difficulties as I.V. Reshetkin notes [3, p.115]. At the same time, the students have additional sources of information – books, dictionaries and encyclopedias in Russian language, culture, literature and history of Russia, the search com-

puter programs. They also refer to the social experience – his and his comrades, come into communication with each other, jointly solve the tasks, overcome conflicts, find common ground, and if necessary – go on compromises. It is essential that in the group were involved in all its members, was not suppress initiative or assigning responsibility to one or more of the leaders [4, p. 12].

### Basic principles of interactive learning strategies

Basic principles	Commentaries
The cooperation of the teacher and students	It is necessary to create an atmosphere of cooperation and mutual responsibility: only if audience wants to get new knowledge is possible a positive result.
The effectiveness of teaching strategies	The use of certain teaching strategies should be determined by the willingness of all the participants of the learning process to the similar nature of the interaction. Applicable at a class methods are defined the objectives, features and level of training students, abilities and interests of the teacher.
Teaching strategy should be targeted and appropriate	Method should work to perform a specific task, for which it is necessary to ask: « <i>Why lesson will be built in this way and not in another?</i> » Using either method be commensurate with the expected result and forces spent time.
Variability	It should not be too often abused even the most efficient and successful way of working. In the teaching of Russian language and literature, need a variety of both content and methodology. It is necessary to change forms of students' activity, which should be maximally varied.
Creative approach	There are not any congealed dogmas and rigid rules in teaching methods: teacher, depending on the chosen theme, goals and other factors may change the algorithm of their actions.
Availability of the algorithm	It is necessary to have developed sequence of using teaching methods on a particular lesson. Every method must have a clear structure of its application with justification and careful study of all stages.
Democracy	The use of any method must be built on democratic values (respect for other points of view, correct behavior and statements, etc.). Preference should be given to methods that have the greatest influence in shaping the personality of each student. [5]

Also for interactive methods, it is important that groups existed between jobs interdependence, and their results complement each other. The diagram shows that the impact of the teacher is not the direct and indirect, which is not yet characteristic of the education system in higher education. The task of the teacher is to take care of the direction of the efforts of students to achieve positive results, counseling and assisting in the organization of reflection.

In conclusion, we distinguish a few methods of interactive learning, actively used in the practice of teaching Russian language and literature in Kazakh National University. This «brainstorm» interview «meeting of literary heroes», debates, general discussions, the method «cinquain», «the INSERT» (active reading), «reading with the feet», the technique of cooperation («cooperative learning»), the project activity and others.

#### References

1. Dinasilova AA Efficiency of using the interactive method of teaching in Russian language and literature lessons // Innovative pedagogical technologies: materials of the IV International Scientific Conference (Kazan, May 2016). – Kazan: Buk, 2016. P. 4-6.
2. Korotaeva EV. Psychodidactics of interactive learning // Russian language at school. - 2008. - № 4. P.22-26.
3. Reshetkina IV Interactive training in the context of modern trends in the development of school and university education / IV Reshetkina, S. V. Selivnik // Wissenschaft und Bildung im Kontext von Kultur und Gesellschaft: materials of the International Scientific and Practical Conference, Omsk, May 13, 2008 / Omsk State Pedagogical University. Editorial Board: DM Fedyayev (editorial editor) and others – Omsk, 2008. – P. 114-118.
4. Zvezdina A.Ya. Interactive methods as a way to increase motivation in teaching the Russian language and literature. Master Class. – 2006.-№ 10.P.11-17.
5. Bondarevskaya EV. Concepts of personality-oriented education and holistic pedagogical theory // School of Spirituality. - M., 1999.- № 5.P. 41-66.

#### **About interactive teaching methods of Russian language and literature in Kazakh National University named al-Farabi**

**Abstract.** Many methodological innovations are associated today with the using of interactive teaching methods. The article presents several methods of interactive learning that are actively used in the practice of teaching Russian language and literature in the Kazakh National University n. al-Farabi: «brainstorming», interviews, «meeting literary heroes», debates, general discussions, the Sinkwein method, «INSERT «(Active reading), project

activities, etc. The diagrams and tables clearly show that the teacher's impact is not direct, but indirect, which is a priority for interactive teaching methods used in the practice of modern higher education.

**Key words:** interactive teaching methods, teaching, innovation, Russian language, literature, higher education

### **Об интерактивных методах изучения русского языка и литературы в казахском национальном университете имени аль-Фараби**

**Аннотация.** Многие методические инновации связаны сегодня с применением интерактивных методов обучения. В статье представлено несколько методов интерактивного обучения, активно используемых в практике преподавания русского языка и литературы в КазНУ им.аль-Фараби: «мозговой штурм», интервью, «встреча литературных героев», дебаты, общие дискуссии, метод «Синквейна», «INSERT» (активное чтение), проектная деятельность и др. В схемах и таблицах наглядно показано, что воздействие преподавателя не прямое, а опосредованное, что является приоритетом для интерактивных методов обучения, используемых в практике современного высшего образования.

**Ключевые слова:** интерактивные методы обучения, преподавание, инновации, русский язык, литература, высшее образование

### **Әл-Фараби атындағы қазақ ұлттық университеті жанындағы орыс тілі мен әдебиетінің интерактивтік әдістемесі туралы**

**Андатпа.** Көптеген әдіснамалық инновациялар оқытудың интерактивті әдістерін қолданумен бүгінгі күнге байланысты. «Ми шабуылы» сұхбат «әдеби кейіпкерлерінің кездесу», пікірталастар, жалпы талқылау, әдісі «cinquain», «INSERT:-бап интерактивті белсенді Қазақ Ұлттық университетінің орыс тілі мен әдебиетін оқыту тәжірибесінде пайдаланылатын оқыту, бірнеше әдістерін ұсынады («белсенді оқу), жобалық қызмет, және басқалар. диаграммалар мен кестелер анық, ол мұғалімнің әсері заманауи жоғары білім беру тәжірибесінде қолданылатын оқытудың интерактивті әдістерін үшін басым болып табылатын, тікелей және жанама емес екенін көрсетеді.

**Түйін сөздер:** интерактивті оқыту әдістері, оқыту, инновация, орыс тілі, әдебиет, жоғары білім

## Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Булах Д.

### Новые культурологические аспекты в современной американской журналистике

Гонзо-журналистика – это направление журналистики, которое отражает глубоко субъективные взгляды репортеров на происходящие события. Этот жанр имеет ряд характеристик, которые выделяют его из числа других жанров в журналистике. Ему присущи агрессивность повествования, ведущегося от первого лица, нецензурная речь, сарказм и преувеличение. Авторы, как принято думать, часто находятся под воздействием каких-либо запрещенных психотропных веществ, и они, в свою очередь, являются непосредственными участниками происходящих вокруг них событий.

Гонзо – чаще всего репортаж, зачастую даже там, где нет события для репортажа. В этом стиле нет ограничений и правил, он не поддается канонам и рамкам, автор находится в центре происходящего, он не просто рассказчик, он главный герой события.

Структура текста тоже не имеет никаких ограничений, в тексте присутствуют цитаты, сарказм, неприкрытые обвинения. Отсутствие какой-либо цензуры является неотъемлемой частью стиля, так же, как и смазанные воспоминания, отрывистые впечатления и сумбурный пересказ событий. Для гонзо важнее всего свобода. По большей части, авторы касаются проблем неприятия каких-либо меньшинств, субкультур и сообществ, политики, контркультуры и девиантного поведения людей.

В отличие от стандартной, скудной на эмоции, журналистики, гонзо-журналистика не может быть полезной в научных целях, она настолько субъективна, что не дает трезво оценить описываемое событие. Но с культурной точки зрения, стиль гонзо незаменим в возможности вместе с автором погрузиться и прочувствовать атмосферу объекта репортажа. Целью данного стиля

является не описание событий, а то, как они ощущаются, и какие эмоции испытывает сам автор.

Этот провокационный стиль зародился в Америке в 60-х годах. Основоположителем гонзо-журналистики является Хантер Стоктон Томпсон.

Предполагают, что именно Хантеру Томпсону один из тогдашних редакторов Rolling Stone поручил написать статью про скачки. Но нанятый репортер все же не посетил данное мероприятие. Вместо этого он придумал очень интересный способ, как выкрутиться из этой ситуации. Автор прислал редактору вымышленные заметки, которые были сделаны как бы во время скачек. В них журналист описывал не само событие, а зрителей, которые выпивали и мошенничали. Сотруднику очень понравился материал, ведь все было так детально и мастерски передано. Также он отметил и новый стиль, которым была написана статья. Этот материал пришелся по вкусу и читателям, хотя некоторые были шокированы новаторской и чересчур смелой стилистикой текста.

Одним из явлений, которое послужило про-жанром для этого экстравагантного направления стало творчество Нелли Блай (1864 или 1867 год – 1922 год), известной в то время американской журналистки и писательницы. Она заявила о себе благодаря статье о жизни в Мексике, где показала всю нищету народа и коррупцию властей. Её критике подверглось и мексиканское правительство, после чего ей стали поступать угрозы изгнания из страны. Но в 1887 году Блай переезжает в Нью-Йорк и начинает работать в «New York World» [1]. Именно здесь выходят ее главные и значимые статьи. Начиная в этого момента, стал формироваться новый стиль в журналистике, в котором автор не скрывает ничего от читателя и узнает информацию методом эксперимента, который организует сам, рискуя жизнью и здоровьем.

У загадочного слова «гонзо» имеются несколько значений. Впервые его употребил редактор журнала «Boston Globe» Билл Кардосо в 1970 году, и с тех пор споры по этому поводу не утихают. В своей рецензии на статью Хантера С. Томпсона «Дерби в Кентукки упадочно и порочно», он использовал фразу «это чистый Гонзо журнализм». Позже Кардосо объяснил, что это слово пришло из ирландского сленга и обозначает последнего стоящего на ногах человека после пьянки. Также он добавил, что корни

слова гонзо – gonzo – исходят из французского «gonzeaux», что обозначает в дословном переводе «сияющий путь».

Наиболее известными произведениями в стиле гонзо являются произведения Хантера Томпсона, такие как:

1. «Ангелы Ада» (*Hell's Angels. A Strange and Terrible Saga of the Outlaw Motorcycle Gangs*) (1967)
2. «Страх и ненависть в Лас-Вегасе» (*Fear and Loathing in Las Vegas. A Savage Journey to the Heart of the American Dream*) (1971)
3. «Ромовый дневник» (*The Rum Diary. A Novel*) (1999 издана; написана 1960)

Одним из главных произведений в карьере Хантера Томпсона стала книга о байкерах мотоклуба «Ангелы Ада», с которыми он находился в тесном контакте до тех пор, пока те не избili его без каких-либо явных причин. Расцвет же карьеры Томпсона пришелся на период работы в журнале **Rolling Stone**. Именно в нем были опубликованы две пожалуй самые главные книги писателя – «Страх и Ненависть в Лас Вегасе», по которой много позже был снят фильм с Джонни Деппом и Бенисио Дель Торо в главных ролях, а также «Страх и Ненависть на Предвыборной кампании 72» [2].

У Хартера Томпсона появились свои последователи, в лице не только журналистов, а также писателей. К его последователям можно отнести: Терри Сазерн со своим произведением «Чудо-христианин». Главный герой этого произведения – миллионер. Но у него есть одно странное предназначение в жизни – он должен доказать мужчинам и женщинам, что они одинаковы в развращениях и пороках, а также показать, на что способны люди ради денег. Произведение Джона Бирмингем «Ось времени». Это альтернативная трилогия, состоящая из трех частей – «Предпочтительное оружие», «Определенные цели» и «Последний удар». Каждый из романов носит военных характер и описывает события флота США в 2021 году, но автор то и дело обращается к Второй Мировой войне, раскрывая детали военных операций западного фронта. Лестер Бэнгс и разгромный отзыв на альбом «Kick Out the Jams» панк-группы «MC5». Именно в этой статье впервые используются термины «хэви-метал» и «панк». Так же к авторам жанра гонзо относят Трумена Капоте, Джорджа Плимптона, Тома Вулфа. К гонзо жанру также иногда

относят произведение Марка Твена «Журналистика в Теннесси» (1869 г.).

Прочитав хоть одну из книг, написанных в этом стиле, понять его новаторство не составит труда. Своеобразие гонзо-журналистики заключается в том, что автор является центром всего события в своем репортаже. Именно на его реакциях, чувствах, мыслях и эмоциях строится весь текст. В таком материале есть только один взгляд на ситуацию, и это взгляд самого журналиста. Также большую роль играет и эмоциональность, ведь любой текст в стиле гонзо просто кишит восклицательными знаками. Отсутствие определенного плана, нестабильность, смешение разных стилей – все это тоже можно отнести к своеобразию данного стиля.

Гонзо-журналистика – это, пожалуй, единственное направление, где журналисты и писатели старались прожить жизнь своих героев ради эксклюзивности и полноты материала. Например, уже много раз упоминавшийся Хантер С. Томпсон [3]. Для написания своего произведения «Ангелы Ада» он два года жил вместе с байкерами – смотрел на их порядки и традиции, дружбу и ненависть. Автор изобразил их правдиво, но без лишнего ужаса, о котором говорила американская пресса. Такое поведение понравилось байкерам, поэтому они стали считать писателя своим другом, хоть и агрессивно отреагировали на его публикацию. Такому же примеру последовал и Джордж Плимптон. Для того, чтобы правдиво написать про футболистов из команды «Детройтские львы», автор сам стал их игроком.

Что касается новаторства гонзо, то здесь стоит отметить, что журналисты стали отходить от шаблона стандартного репортажа, где необходимо лишь осветить то или иное событие. Теперь они могут смело высказывать своё мнение, давать оценку и представлять ситуацию с той стороны, которая им выгодна. Не стоит забывать и о том, что благодаря появлению гонзо-журналистики изменился и сам язык написанного текста. Высказывания стали более смелыми и дерзкими. Правда, порой за это наказывают по закону, поэтому нужно быть все же очень осторожным, чтобы суметь балансировать между художественной необходимостью и нарушением законов.

Как уже было отмечено выше, гонзо-журналистика имеет массовую популярность лишь в интернете. Виною тому своеобраз-

ная цензура, принятая большинством европейских стран в виде международных договоров, где оговаривается не только гарантия соблюдения прав, но и необходимость принятия на себя обязанностей. В частности, государства-участники обязаны заботиться о нравственности граждан, способствовать повышению уровня культуры и образования. Мат в СМИ в эти требования никак не вписывается.

Основная проблема такого направления в журналистике – игнорирование уже принятых стандартов. Материалы в этом стиле отличаются своей правдивостью, открытостью, провокационностью. Авторы не боятся высказывать свою точку зрения. Они открыто говорят о проблемах, причем иногда используя ненормативную лексику. Очень часто гонзо-журналисты ходят «по лезвию ножа», так как в любой момент могут быть наказаны по закону или изгнаны из страны. Поэтому представителей данного стиля в мире немного.

Что касается нашей страны и стран постсоветского пространства, то здесь этот термин известен уже сорок лет. Его используют многие СМИ, но чаще всего в этом стиле написаны всего несколько рубрик. Примерами могут служить Российские ресурсы как, «Lenta.ru» и «Газета.ru», журналы «Русский репортер», «Афиша», «Rolling Stone», «Сноб» (блог в стиле гонзо ведет журналист Валерий Панюшкин) и многие другие [4]. В казахстанских медиа такие проявления можно заметить по большей степени в СМИ, которые базируются в интернете. В классических печатных медиа такой тенденции не наблюдается, за исключением может только глянцевого журнала Esquire. Но всё же большую популярность гонзо занимает в блогах, так как именно там каждый желающий может без особого труда по своему преподнести информацию, высказать свою точку зрения без стеснения и боязни.

#### Литература

1. The beginnings and concept of Gonzo Journalism // <http://www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html>
2. What is Gonzo? The etymology of an urban legend // [http://espace.library.uq.edu.au/eserv/UQ:10764/mhirst\\_gonzo.pdf](http://espace.library.uq.edu.au/eserv/UQ:10764/mhirst_gonzo.pdf)

3. История журналистики США // <https://ushistory.ru/index.php/populjarna-ja-literatura//237-gonzo-zhurnalistika.html>
4. Что такое гонзо-журналистика? // <http://literaguru.ru/chto-takoe-gonzo-zhurnalistika/>

**Аннотация:** Рассмотрена история возникновения явление гонзо журналистики в американской культуре, но также развитие и распространение этого явления в России и Казахстане. А также основные стилистические особенности этого жанра.

**Ключевые слова:** гонзо-журналистика, субъективность, эмоциональность, Хантер Томпсон, СМИ, американская пресса.

**Abstract:** The history of the origin of the phenomenon of gonzo journalism in American culture, also the development and dissemination of this phenomenon in Russia and Kazakhstan. And the basic stylistic features of this genre.

**Key words:** gonzo journalism, subjectivity, emotionality, Hunter Thompson, media, American press.

**Аннотация:** Американдық мәдениеттегі гонзо журналистиканың феноменінің пайда болу тарихы, сонымен қатар Ресей мен Қазақстанда осы құбылыстың дамуы мен таралуы туралы. Сондай-ақ осы жанрдың негізгі стилистикалық ерекшеліктері.

**Түйін сөздер:** гонзо журналистика, субъективтілік, эмоционалдык, Хантер Томпсон, БАҚ, американдық баспасөз.

Власова И.Ю.

### **Особенности современных цветных революций в условиях глобализации мира**

Современное общество формируется на основе глобализации, которой характерна нестабильность и непредсказуемость. Все чаще в новой истории возникают конфликты как внутри одного государства, так и между странами. При таких условиях, общество создает определенный образ понимания политического режима, который существует в стране, и который необходимо изменить. Феномен «демонтажа» политической системы является протестной реакцией общества, которая в последствие становится цветной революцией по причинам недовольства социально-экономическим положением страны, из-за отсутствия особой идеологии, из-за возможных дискриминаций на национальной или религиозной почве.

На сегодняшний день тема цветных революций на постсоветском пространстве актуальна, популярна и обсуждаема. Протестные движения и акции становятся обыденным явлением в жизни общества, а их яркие логотипы и лозунги – создают новый тренд, объединяя большой объем активного населения, «это не что иное, как дань нашей эпохи, которая любит броские и запоминающиеся названия<sup>1</sup>».

Существующая специфическая форма массовых беспорядков, народного публичного возмущения на площадях городов определяют то, что является цветной революцией. Поддержка данного явления производится за счет зарубежных неправительственных организаций, а технологии – используют в качестве инструмента слабозащищенные слои населения, которых легко мотивировать и шантажировать (то есть молодежь). В итоге, искусственно созданный государственный переворот сопровождается сменой су-

---

<sup>1</sup> Модели и технологии «цветных революций» (часть первая) // Военное обозрение URL: <https://topwar.ru/123775-modeli-i-tehnologii-cvetnyh-revoluciy-chast-pervaya.html> (дата обращения: 15.12.2017).

ществовавшего в стране политического режима, правящих элит, политического курса нового правительства без военного вмешательства<sup>2</sup>.

«Даже западные СМИ сегодня отмечают, что цветные революции, которые они называют технологиями проведения операций по экспорту демократии через акции гражданского неповиновения, настолько отточены, что их методы превратились в руководство по смене политических режимов<sup>3</sup>».

Цветные революции<sup>4</sup> — программа свержения легитимной власти в странах бывшего СССР и его союзников, и в странах третьего мира – Ближний Восток, Африка, Азия, Латинская Америка. Одним из главных признаков цветной революции является наличие ненасильственных мер для достижения поставленных целей, то есть осуществление революции реализуется через мирные протесты, однако, некоторые из них могут реформироваться в вооруженные столкновения, если же их вовремя не прекратить и вовсе не контролировать. Провозглашённой целью цветных революций является смена существующих «авторитарных» и «тиранических» политических режимов на «демократические» и «либеральные». Следующий признак – это материальная поддержка протестных движений революционеров со стороны Запада. Через зарубежное вмешательство Соединенных Штатов Америки при соучастии других стран Организации Североатлантического договора (НАТО) происходит планирование, спонсирование цветной революции. В случаях стран, владеющих хорошо вооружённой армией, которую предполагают пускать в ход для подавления протестных явлений, Запад иногда допускает применение внешних военных сил для помощи цветным революционерам, как это было, например, в Ливии.

Не стоит забывать о том, что в условиях проведения цветных революций со всевозможными исходами в виде военных действий, могут разрушаться и обезображиваться объекты культур-

---

<sup>2</sup> Цветные революции и технологии демонтажа политических режимов // Электронные журналы URL: [http://e-notabene.ru/wi/article\\_12614.html#1](http://e-notabene.ru/wi/article_12614.html#1) (дата обращения: 19.12.2017).

<sup>3</sup> Кара-Мурза С. Экспорт революции: Саакашвили, Ющенко... М. 2005.

<sup>4</sup> Цветные революции // РУКСПЕПТ URL: <https://goo.gl/XuSkhG> (дата обращения: 6.01.2018).

ного и природного наследия. Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) утверждает, что толерантность, взаимоуважение, доверие как внутри нации, так и на международном уровне является гарантией сохранения мира, международных отношений, а впоследствии – и сохранения исторического наследия.

Слова журналиста Джеймс Мадсена подтверждают выше представленные предложения: «Джон Керри заявляет, что США не оказывали поддержки многочисленным «цветным революциям» по всему миру. Следует отправить господину госсекретарю упаковку из 64 цветных карандашей — по одному на каждую революцию, подготовленную Вашингтоном со времен свержения Слободана Милошевича<sup>5</sup>». То есть американская политика действительно способствует проведению «цветных» движений. Также Мадсен отмечает, что при поддержке Вашингтона были осуществлены «революция роз» в Грузии, «оранжевая революция» на Украине, ливанская «революция кедров», «оливковая революция» в Палестине, «тюльпановая революция» в Киргизии, государственные перевороты в Югославии, Кувейте, Ливии, Бирме, Тибете и в Иране и в других странах. Также запланированы были и революции в Молдавии, Монголии, Узбекистане, Эквадоре, Боливии и Белоруссии. Инструментом для реализации вмешательства в политическую и экономическую жизнь страны эксперт называет инициативу ООН «Обязанность защищать», по нормам которой международное сообщество в праве оказывать помощь, либо же вмешиваться через принудительные меры; алгоритм действий сформулирован американскими неолиберальными элитами.

Как правило, цветные революции происходят не по причинам естественно-исторических событий и революций или же из-за развития общества. Страны не претерпевают качественные преобразования. Сама цветная революция представляет собой взаимосвязанные искусственные действия, направленные на расшатывание и подрыв существующего стабильного состояния

---

<sup>5</sup> Мадсен о лицемерии США: 64 «цветные революции» говорят за себя // РИА Новости URL: <https://ria.ru/world/20150308/1051500189.html> (дата обращения: 19.12.2017).

общества, его власти. То есть, данное протестное движение является ничем иным как сознательным разрушением и изменением политического режима страны, лидер которого осуществляет это исключительно в собственных интересах с помощью социально-политических технологий.

После распада Советского Союза геополитический уровень России уменьшил свои показатели, снизился экономический и военно-политический потенциал страны, произошли большие потери ВВП, территорий, присоединённых за последние 350 лет, и населения. Данный кризис политической и социально-экономической жизни общества поставил вопрос о самом существовании страны как суверенного государства. В это же время США приобретает повышенные геополитические позиции и принимает решение установить мировое господство, таким образом взяв на себя обязанность контролировать международное пространство и держать его в подчинении. Чтобы реализовать данное решение, Соединённые Штаты начинают активно участвовать в международных отношениях, в современных конфликтах, при этом совершая вооружённые вмешательства во внутренние дела ряда суверенных государств, устанавливая санкции, внедряя свои демократические ориентиры.

Для того, чтобы привести в исполнение, реализовать цветную революцию, как считают политологи, используются два инструмента: «жёсткая сила» (hard power), а так же «мягкая сила» (soft power). В первом случае источником данной силы является экономическая и военная неуязвимость страны. «Мягкой силой» страны является национальная, внутренняя культура государства, в которую входят значимые для общества ценности, нормы, ориентиры и стандарты, также это и политическая идеология, национальная история, внешняя политика (осуществляется не только в рамках внешнеполитического взаимодействия, но и в публичной жизни общества, «народной дипломатии» неправительственных объединений.

Как уже отмечалось, цветные революции – это набор методов, которые имеют своим следствием «производство» государственных переворотов, происходящих в стране с неустойчивым положением, который искусственно создали, при этом оказывая влияние на власть политическим шантажом через сильное протест-

ное движение молодёжного общества. Целью таких революций является государственный переворот, по факту его достижения революция заканчивается. Благодаря истории нам известно, что данное явление не всегда происходило в мирной форме (в определении цветных революций указано, что для них характерны ненасильственные меры для достижения цели), революции часто сопровождалась военными действиями и интервенцией. То есть результат революции может оказаться не таким трагичным и бедственным, нежели сам процесс революции (примером может послужить гражданская война на Украине). Так же стоит выделить тот факт, что цветные революции чаще всего проходили перед и во время политических выборов, параллельно заявляя о нелегитимности и правомерности выборных, электоральных процессов.

Формируя цветную революцию, организаторы продумывают алгоритм действий для успешной её реализации. Для более эффективного и качественного объединения и сплочения людей, в протестных движениях, как правило, используется определённая 1. символика, объясняющая цель данного объединения. Благодаря создаваемым «логотипам» цветных революций, члены организаций идентифицируют толпу по критериям на «свой» и «чужой». Как уже исторически сложилось, главный символ цветного революционера – цветы (пример: Тюльпановая революция в Киргизии, Васильковая революция в Белоруссии). 2. Для реализации самой революции важно наладить контакт с объектом, который заинтересован в ней и который будет финансировать его развитие и пропаганду, что включает в себя футболки, листовки, митинги, официальный сайт протестующих, услуги политических консультантов. 3. Так как целевой аудиторией протестных движений является, в основном, молодежь, которая есть инструмент революции, важно создать креативное, яркое, легко запоминающееся название движения. 4. Революционеры, чтобы получить широкую известность за довольно краткий срок, используют метод массовой листовочной кампании: многолюдные улицы завешиваются большим объёмом плакатов протестного движения. 5. Так же они стараются набрать большое число активистов, чтобы в дальнейшем их отправлять на близлежащие территории и в провинцию для информирования о данном движении, о его целях, достоинствах, победах, что в последствие увеличит численность

революционеров. 6. В ходе революции используется технология одновременной работы двух кампаний, организатором которых является одно лицо. Одна сторона мотивирует население прийти на выборы, объясняет их права, а вторая – показывает «истинную сущность» правящей элиты; обе имеют различные, непохожие слоганы, логотипы. Это активизирует внимание со стороны общества. 7. Провокации правоохранительных органов путём проведения публичных флешмобов, так как массовые встречи свыше 15 человек могут быть официально прекращены. Доступный пример: участники революционного движения одевают форму каторжников, скрывая её верхней одеждой, направляются в многолюдное место, и в одно и то же время начинают выкрикивать фразу «Я голосую за правящую/действующую элиту», при этом их внешний вид показывает их «подчинённое/униженное» положение. 8. Чтобы потенциал оппозиционной стороны не иссяк и сохранял определённое настроение и позицию, необходимо поддерживать атмосферу секретности и время от времени менять лидера группы, тем самым участники движения будут заинтересованы в работе. 9. Убедить участников в верности и правильности их действий, создать условия для продуктивной коммуникации; в случае ареста активиста, объяснить, что его роль значима в истории и жизни общества, статус человека повышается. При этом участники протестного движения должны знать, к каким журналистам, адвокатам, неправительственным организациям они должны обращаться, кто из организаторов может помочь в осуществлении своевременного митинга.

При выполнении всех вышеперечисленных пунктов плана, революционеры становятся инициаторами главной повестки дня, объявляя ее перед всем обществом, при этом действующая власть становится комментатором происходящего, так как она находится в шатком состоянии из-за дефицита времени и возможностей. Перед организаторами революции ставятся задачи:

1. захват непубличного (бытового, обыденного) пространства;
2. захват неконтролируемого публичного (общественный транспорт, очереди и другие места скопления людей) пространства;
3. захват контролируемого публичного (освещение событий с другой стороны) пространства;

4. захват официального (переориентация значительной части властной элиты, блокирование правительственных учреждений) пространства;

5. захват «сакрального» (захват национальных символов, правовое закрепление итогов выборов) пространства<sup>6</sup>.

То есть, в результате грамотной работы революционеров, активисты и обычное население получают информацию о легитимности действий протестующих и о нелегитимности действующей власти, о силе народа и слабости правящей верхушки, о большой гражданской поддержке общества и отстраненности и беспомощности власти, о поддержке оппозиции на международном уровне и со стороны средств массовой информации.

Важными элементами технологии, без которых ни одна из цветных революций не может осуществиться – это выбор времени, например, когда происходит подсчет голосов: оппозиционно настроенные люди, их движение всегда раньше сроков говорит о планируемой и прогнозируемой победе, в случае поражения или неприятия их позиции – оценивает данное мнение или результаты ложными и сфальсифицированными. Возникают всевозможные группы людей, объединенные одной проблемой, желающие контролировать выборную систему. Следующий элемент – молодежь. Данная группа активна, креативна, мобильна, ей интересны любого рода изменения и протесты, «быть против системы» и «быть не такими как все» – модно, группа поддается внушению. Третий элемент – средства массовой информации. СМИ являются самым лучшим инструментом давления и создания общественного сознания. Взаимодействуя с ними, революционеры популяризируют протестное движение, которое настроено на качественное изменение страны и доказывают визуально и аудиально их правоту действий. За всеми манифестациями, протестными акциями, митингами, в целом, за цветной революцией стоит продуманная технология политической кампании, которая осуществляется длительное время. Создание атрибутики цветного движения – «революционный маркетинг» – та же технология революции. Это то, что объединяет людей, привлекает людей и отделяет от

---

<sup>6</sup> Почепцов Г. Революция.com. Основы протестной инженерии. М.: Европа, 2005. С. 251-252.

нейтрально настроенной толпы. Последний элемент, без которого все предыдущие не смогут реализоваться, это поддержка и финансирование от международных неправительственных организаций (МНПО). В основном, материальное обеспечение идет от фондов США.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что цветные революции – это бренд, у которого есть заказчик. Цветная революция – это не результат работы власти, не недовольство и неприязнь населения к качеству жизни, цветные революции – это искусственно созданный долгосрочный проект, направленный на подавление страны-мишени, имеющий тактику и стратегию по постепенному свержению правительства. В глобализирующемся мире, подверженному частым изменениям, конфликтам, для которого характерна нестабильность – довольно сложно контролировать публичное общество и его настроение, также сложно предугадать готовящуюся революцию. Поэтому стоит задуматься о значимости сегодняшних цветных революций и их возможных будущих трансформациях: каким образом постсоветское пространство будет бороться с данным феноменом.

### Литература

1. Манойло А.В. Цветные революции и проблемы демонтажа политических режимов в меняющемся мире // Электронный журнал «Вестник МГОУ» / [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru). – 2014. – № 2
2. Соловей В.Д. «Цветные революции» и Россия / В.Д. Соловей // Сравнительная политика. – 2011. – № 1.
3. Что надо знать о «цветных революциях». Учебное пособие для студентов вузов / Под общ. ред. А.Б. Ананченко; Московский педагогический государственный университет. Институт истории и политики. – М., 2016. – 136 с.

**Аннотация:** статья посвящена теме цветных революций, в которой приводятся технологии построения оппозиционного движения, перечисляются причины возникновения протестного настроения и возможные результаты действий современных революционеров. Актуальность данной темы обуславливается частотой и количеством цветных революций, возникающих в современном мире.

**Ключевые слова:** цветные революции, технологии цветных революций, протестные движения, оппозиция, политический режим.

**Abstract:** The article is devoted to the theme of color revolutions, which describes the technologies for building an opposition movement, lists the reasons for the emergence of protest moods and possible results of the actions of modern revolutionaries. The relevance of this topic is determined by the frequency and number of color revolutions emerging in the modern world.

**Key words:** color revolutions, technologies of color revolutions, protest movements, opposition, political regime.

Голованова И.С.

### **Проектирование образа современной политического лидера в средствах массовой информации**

Предназначение имиджа как инструмента управления состоит в налаживании интеракций между субъектом и объектом. Поэтому имидж можно рассматривать как инструмент достижения конкретной цели и концептуальный продукт, смоделированный с учетом социально-политических, национальных, культурных особенностей страны [1].

В разработке концептуальных оснований социологического анализа социальных технологий поддержания образа лидера важным является тезис о том, что основной гарантией сохранения стабильности и эффективности общественного и индивидуально-личностного развития становится адекватный уровень культуры социального мышления, социальной организации.

Социологические подходы предусматривают новую трактовку базовых социологических понятий социальных респондентов и социальных отношений, которые самым непосредственным образом повлияют на обоснование содержательной и технологической сторон предлагаемого в дипломном исследовании анализа технологий, обеспечивающего его комплексный характер.

Среди методов проектирования ведущая роль принадлежит информационным имиджевым кампаниям. Понятие «информационная кампания» позволяет отличить отдельные действия и спонтанные информационные акции от комплексных, заранее спланированных и согласованных действий в сфере политических коммуникаций по определенной программе. А.И. Соловьев определяет информационную кампанию как заранее спланированный комплекс взаимосвязанных коммуникационных мероприятий, специально разработанных для обеспечения конкретных целей путем воздействия на общественные мнения и позиции политических партнеров [2].

Для проектирования, конструирования и формирования образа современного политического лидера особое значение имеют такие проективные технологии, которые позволяют задействовать социокультурные механизмы, конструирования системы символических представлений, историческую память России, о выдающихся государственных и политических деятелях прошлого и настоящего, с помощью которых осуществляется управление процессом восприятия информации.

В качестве определения механизма проектирования и поддержания образа политического лидера используется подход, направленный на оптимизацию способов достижения определенных целей и удовлетворения потребностей общества и отдельных личностей, при формировании сбалансированного образа лидера.

Данный механизм нацелен на преодоление ценностного раскола в обществе и позволяет осуществлять информационно-коммуникативное воздействие по формированию привлекательного образа современного лидера. В основе этого процесса лежат системные явления, состоящие из многих взаимосвязанных структур: государственных, общественных, информационно-аналитических.

Особую значимость приобретают методологические установки, согласно которым понимание культуроцентричности жизнеосуществления человека, формирования и использования им своего жизненного потенциала, смыслообразующие ценности становится важнейшим направлением в исследовании единства внутреннего и внешнего образа политического лидера.

Проектирование (от лат. *projectus*, буквально – брошенный вперед) – процесс создания проекта, прообраза, предполагает собой достижение конкретных результатов, определенную последовательность действий. Проектирование превратилось в особый вид деятельности, способ решения конкретных задач, методология обоснования возможности реализации замысла и применения ряда процедур, позволяющих рационализировать процесс достижения поставленных целей. Термин «проектирование имиджа политического лидера» [3] в данном случае позволяет выявить содержательные компоненты «образа лидера». Любое проектирование представляет собой особый вид деятельности людей, результатом которой является некий конечный продукт, называ-

емый проектом. В отличие от прогнозирования проектирование предполагает не только «суждение о возможных изменениях», но и достижение конкретных результатов, выстраивающие определенную последовательность действий. Иначе говоря, проектирование основывается на прогнозировании, но ни коем образом не сводится к нему [4].

Ключевыми характеристиками проектируемого образа являются группа восприятия, набор воспринимаемых и измеримых характеристик, оценочные суждения, исторические сюжеты существования образа, его устойчивость и направленность на целевую аудиторию.

Под проектированием понимаются разработка и комплексное многократное использование различных перцептивных и информационно-коммуникативных инструментов связей с ответственностью в рамках единой концепции образа политического лидера в целях воздействия на мнения и отношение конкретной целевой аудитории. Реализация концептуального проекта формирует позитивный образ лидера и состоит в разработке и последующей реализации идеи, цели, задач и методов. Большое значение имеют обнаружение и снижение воздействия барьеров информационно-коммуникационного взаимодействия, то есть того, что является препятствием для получения или восприятия целевой аудиторией об объекте и предмете.

Таким образом, проективные технологии поддержания образа современного политического лидера включают в себя приемы получения глубинных, глобальных, длительных эффектов. Эти технологии служат основой в поддержании механизма социального регулирования деятельности людей, организаций, систем. Главными субъектами этих технологий являются институты власти, общественные организации. Объект воздействия – общественное сознание, поведение людей. Основными инструментами реализации социальных технологий выступают медиа-релейшнз, СМИ, социальная реклама, политическая реклама, внешне и внутривнутриполитические процессы [5].

В самом широком смысле проектирования и поддержания образа лидера технологии – деятельностный подход к созданию научно обоснованной модели преобразования социального пространства с учетом ее духовно-нравственного влияния на жизнь

людей. Анализ показывает, что сущность технологизации общественных процессов может быть раскрыта как система выявления и использования потенциала социальной системы в целях ее оптимального функционирования с помощью совокупности методов и приемов ее воздействия. Эти технологии включают в себя цели, содержание, средства, методы, контроль, регуляцию, критерии, этапы, формы диагностики политического пространства, выявление дисфункций, нахождение наиболее эффективных способов «лечения», регулирования политических событий с целью создания благоприятных условий жизнедеятельности.

Среди важных методологических проблем необходимо обратить внимание на критерии технологизации событий и процессов. Исследования показывают, что технологизация возможна при наличии следующих условий: объект должен обладать определенной степенью сложности, элементы его структуры, особенности их построения и закономерности их функционирования известны. Субъект управления должен быть способен формализовать реальные процессы и представить их в виде показателей, операций, процедур; создавать инновационную среду для воспроизводства, обеспечить необходимый уровень управления.

По характеру решаемых задач социальные технологии как и технологии поддержания образа политических лидеров могут быть частными и универсальными [6].

Медийный или репрезентируемый в СМИ образ обусловлен субъективными эмоционально-психологическими факторами в силу того, что принцип организации работы новостных отделов СМИ заключается в подаче фактической информации и в предоставлении беспристрастной оценки событий, а также соблюдении принципов журналистской этики, поэтому загруженность негативной информацией, создает неблагоприятный контекст. Медийный имидж есть результат намеренного, не всегда сбалансированного сопоставления несколько точек зрения сознательно-го воздействия на образ лидера.

Следующая особенность медийного имиджа тесно связана с предыдущей. Принципы организации деятельности новостных отделов влияют на природу имиджа, создаваемого СМИ, который в результате не всегда неангажированной подачи фактов и оценки ситуации является девиантной частью образа. Культура

повседневности, социальные проблемы, финансовые трудности вызывают отторжение и однозначно неготовность восприятия образа.

Наконец, медийный имидж выстраивается на основе новостной реальности, которая учитывает те события, которые имеют новостную ценность на момент сообщения. В результате, медийный имидж, обладающий большей динамикой, менее устойчив и более обусловлен конкретной коммуникативной ситуацией, которая не всегда бывает благоприятной. Образ политического лидера в информационном пространстве интерпретируется автором настоящего исследования как совокупность устойчивых оценочно-смысловых характеристик субъекта, складывающихся поэтапно в результате целенаправленной информационной деятельности СМИ (по освещению данного субъекта). Следует отметить, что в качестве параметров, лежащих в основе формирования образа в СМИ, выделяются: уровень новостной видимости субъекта, количество смысловых характеристик, интенсивность оценочных характеристик [7].

Необходимым условием формирования образа в СМИ определенного субъекта является достижение определенного уровня новостной видимости, то есть большого числа упоминаний в материалах прессы в рамках конкретных новостных тем. На следующем этапе происходит закрепление за субъектом определенных смысловых характеристик, которые в дальнейшем воспроизводятся при информационном освещении субъекта в новых контекстах. И далее, к уже зафиксированному смысловым характеристикам добавляются оценочные суждения.

Сегодня СМИ все чаще используют мягкие технологии в информационных кампаниях. Современные политтехнологи считают неэффективными в условиях демократии приемы «жесткой» пропаганды, предполагающей выраженную агрессивную тональность комментариев, откровенные технологии упрощения информации, «вдалбливающие» повторения. Именно поэтому современные мягкие информационные технологии делают акцент на регулировании интенсивности раскрутки темы, на том, как отбираются сюжеты, кто дает интервью, какие задаются вопросы, что выносится на первый план, а какие моменты «сглаживаются». Вместо того чтобы прямо высказывать нуж-

ную точку зрения, действуют скрытно, отбирая, выделяя и подавая отдельные элементы информации.

СМИ выполняют функцию символической репрезентации, источника информации выступают в качестве знака идентификации, принадлежности к той или иной группе.

Формирование образа политического лидера происходит при широком использовании всевозможных коммуникаций – обмене различных видов информации, сообщений, сведений, что является компетенцией средств массовой информации. СМИ не только реагируют, но и воздействуют на образ лидера. СМИ создают повестку дня, выступают посредниками и инструментом формирования государственной политики в рассматриваемой сфере.

### Литература

1. Адилова Л.Ф. Механизм трансформации имиджа России. Политэкс. 2007. № 3. С.79-80.
2. Политические коммуникации/ Под ред. А.И. Соловьева. М., 2004. С.242.
- 22; Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. Так делают президентов. М., 1999. С.71.
3. Адилов В.А. Образ России в Казахстане. Опыт проектирования имиджа России во внешней среде//Автореферат диссертации, Москва, 2009. С. 15.
4. Грачев М.Н. Политический проект и политическое проектирование: подходы к определению базовых понятий. М., 2013. С. 17-19.
5. Пономарев С.В. Реклама. СПб., 2004. С.187.
6. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. Учебное пособие. СПб., 2001. С. 209.
7. Бондарева Л.В. К вопросу о международном имидже россиян в отражении западных СМИ // Информация – Коммуникация – Общество. Тезисы докладов и выступлений Международной научной конференции 2003 г. СПб: Акционер и К°, 2003. С. 123.
8. Адилова Л.Ф. Имидж лидера в современных политических практиках. Алматы. 2002.

**Аннотация:** Методы проектирования имиджа современного политического лидера, позволяют использовать социально - культурные механизмы конструирования символических представлений, с помощью которых осуществляется воздействие на процесс восприятия информации.

**Ключевые слова:** образ, имидж, проектирование, продвижение образа лидера, политик, лидерство, управление имиджем лидера, стереотип, средства массовой информации.

**Abstract:** The methods of designing the image of a modern political leader allow us to use socio - cultural mechanisms for constructing symbolic representations that influence the perception of information.

**Key words:** image, leadership, leader, leadership image promotion, a politician, management, stereotype, mass media.

Косынская В.

### Теоретические аспекты изучения стереотипизации в массовой коммуникации

Термин стереотип стал очень популярен в кругу теоретических, философско-научных и политических программ. Стереотипизацию изучают в социальной психологии, философии, социологии, также вызывают большой интерес у представителей гуманитарных и естественных наук. Впервые термин «социальный стереотип» был введен У. Липпманом в 1922 году. У. Липпман допускает, что человеческие поступки основываются не на прямом и очевидном знании, а на картинах, которые индивид рисует сам или получает от кого-то другого. Если в его атласе говорится, что мир плоский, он не станет близко подплывать к тому месту, которое он полагает краем земли, опасаясь свалиться [1, с. 126]. Эти и многие другие примеры и оттенки понятия «стереотип» стали благодаря Липпману интеллектуальным достоянием не только исследователей, но и всех, кто имеет дело с социальной природой, - начиная с журналистов и заканчивая политиками [1, с. 126]. **Особенно это касается так называемых социальных стереотипов, «программирующих» межличностные и межгрупповые отношения, предрассудки и предубеждения, встающие между социальными группами, странами и нациями [1, с. 127].** Стереотипная картина мира может быть не полной, но эта картина возможного мира, к которому мы приспособились. В этом мире люди и предметы занимают предназначенные им места и действуют ожидаемым образом. У. Липпман утверждает, что стереотипы служат гарантией нашего самоуважения, проецируют во внешний мир осознание наших ценностей, защищают наше положение в обществе и наши права. Следовательно, стереотипы наполнены чувствами, которые с ними ассоциируются [1, с. 133]. Стереотип не только экономит время и служит защитой нашего положения в обществе, но и может защищать нас от всей той путаницы, которая возникает при попытке посмотреть на мир как на нечто устойчивое и целостное

[1, с. 136]. В социальной психологии существует теория ролей. Согласно теории ролей каждый индивид, формируясь в обществе как личность, изучает знания о правах и обязанностях. Отметим четыре неотъемлемых аспектов изучения социального стереотипа: Когнитивный аспект, аффективный аспект, социально-психологический или конативный аспект, социологический аспект. В пиаре стереотипы могут также использоваться для того, чтобы управлять тонким процессом формирования и поддержания имиджа, фирменного стиля, репутации или некоего образа. Самыми распространенными стереотипами, которые используются в рекламной и пиар практике, являются национальные и гендерные стереотипы. Например, женщина-домохозяйка, мужчина-бизнесмен, чешское пиво, швейцарские часы и так далее. Специалисты по рекламе и связям с общественностью активно используют его в своих целях. Специалисты уверены, что с помощью стереотипа проще донести информацию до массы людей. В пиаре стереотип используется для поддержания имиджа или репутации. Чаще всего в рекламной пиар практике используются гендерные стереотипы: мужчина – бизнесмен, женщина – домохозяйка, швейцарские часы, муж – голова, жена – шея, глупые блондинки.

Стереотипы – это общее мнение. Стереотипы можно разделить на две группы: гендерные и социальные стереотипы. Гендерные стереотипы можно разделить на три группы. К первой группе гендерных стереотипов относятся стереотипы маскулинности /Феминности (т.е. мужественности/Женственности).

Вторая группа гендерных стереотипов включает в себя различия между мужчинами и женщинами в их различных занятиях труда. Если мужчине приписывается занятия инструментальной деятельности, то женщине свойственны занятия исполнительским или обслуживающим характером. Благодаря этой группе гендерных стереотипов появилось мнение о существовании «мужских» и «женских» профессий. Третья группа гендерных стереотипов закрепляет определенные социальные роли в семейной и профессиональной сферах. Если женщине, как правило, относятся семейные роли (жены, хозяйке, матери), то мужчине – профессиональные. Как отмечает И.С. Клецина, «мужчин принято оценивать по профессиональным успехам, а женщин – по

наличию семьи и детей». Социальным стереотипом считается образ социального объекта-группы, явления, человека. Наличие социального стереотипа играет существенную роль в оценке мира. Он позволяет сокращать время реагирования на меняющуюся реальность, ускоряет процесс познания.

В основу исследования стереотипов я взяла Германию и немцев. Исследуя популярную и страноведческую литературу А. Томчина следует отметить важные факты о немцах в Германии. «По одежке встречают?» Немцы одеваются в свободное время просто – куртки, джинсы, рубашки. Самое важное для немцев – это комфорт. Миллионеров на улице вряд ли отличишь от безработных. Для них расходы на одежду- не главное в бюджете. Женщины в брюках, а платья и юбки на улице почти не встречаются. В длинных, с хитрыми вырезами платьях, на шпильках не очень-то удобно бегать по улицам и нажимать на педали. Изобилие косметики и длиннейшие ногти- экзотика. Немки – деловые женщины. На работу немцы одеваются иначе: строгий костюм, мужчины – обязательно с галстуком. Старшекласники в школе выглядят порой экстравагантно, иногда не отстают от них и учителя. Полная свобода нравов: серьги в ушас, в носу, в губах и даже в языке и бровях [3, с. 21]

Я считаю, что немцы подают нам отличный пример, потому что для них абсолютно не важно то, как ты выглядишь и во что одет, для них важен комфорт, в отличии от нашей страны, потому что нам очень важен внешний вид человека и первое впечатление создается благодаря внешнему виду.

«О менталитете, нравах и обычаях» В сознании наших соотечественников и литературе издавна укоренился стереотип немца-ученого и трудолюбивого, но чрезмерно расчетливого и педантичного, смешного своим высокомерием, скупостью, стремлением к богатству и наживе. На этот стереотип наложились последствия войн – возник образ жестокого врага. Многие стереотипные представления о жителях Германии устарели, и это особенно относится к молодому поколению немцев [3, с. 174].

И здесь было бы очень сложно не согласиться. Налоги в стране достаточно высоки, как и прочие цены, хотя во многом и сам уровень жизни устремился далеко вперед от других европейских стран. Именно потому, стремление экономить и собирать деньги,

бережно относиться к этому и скрупулезно считать мелочь сдачи – остается частью образа жизни немецкого народа.

*Ordnung* (порядок) – главное слово в Германии. Вы часто можете услышать цитату из Гёте: «*Ordnung lernt uns Zeit gewinnen*» («порядок учит нас выигрывать время»). А черта человека, образованная от этого слова означает, *ordentlich*, – важнейшая его характеристика. Это слово означает не «порядочный», как его иногда неправильно переводят, а «любящий порядок, аккуратный, пунктуальный». Можно отметить очень интересный факт, что у немцев иной ритм жизни, чем у казахов или россиян. Они рано встают и рано ложатся. В 6 утра вся страна уже просыпается, к 7-8 часам утра люди едут на работу, а вечером рано. Часов в 8-9, жизнь в городе замирает. Аккуратность у немцев воспитывают с детства [3, с. 187].

Termin – это второе важнейшее слово в Германии. Так называют деловую встречу или срок встречи. *Terminkalender* (ежедневник) немцы заводят детям с рождения. Овладевая грамотой, ребенок уже привыкает строить свою жизнь по расписанию [3, с. 189].

Связано это стало с тем, что немцы те еще кочевники, большая часть работников вынуждены ездить на работу в другие города. Именно поэтому, люди приучают себя к режиму: во сколько встать, во сколько уже нужно быть на станции и сколько потратится времени на дорогу.

Усердие в работе, трудолюбие, прилежание (*Fleiß*), несомненно, является немецкой национальной чертой. «*Ohne Fleiß kein Preis*» («Без прилежания не будет приза»). Это выражение узнает каждый житель Германии уже в раннем возрасте. Оно несет в себе смысл русского выражения «Без труда не вытащишь рыбку из пруда». Немцы часто говорят «*Arbeit ist des Lebens Würze*» («Работа – это соль жизни»). Если говорить о русской пословице («Работа – не волк, в лес не убежит») не пользуется популярностью, так как немцы привыкли работать быстро, интенсивно, эффективно, без привычных для нас разговоров и перекуров. Уж если немцы берутся за что-нибудь, то стараются это сделать как можно лучше и всех обогнать. Немцы не мыслят себя вне работы. Лень, тунеядство, ничегонеделание расценивается как самый худший грех у немцев [3, с. 210]

### Литература

1. Липпман У. Общественное мнение/ М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. Пименова М.В. Стереотипы и их место в языковой картине мира // Стереотипы лингвокультуры: коллективная монография; Киев: Издательский дом Д. Бураго, 2013. – 108 с.
3. Томчин А. Невероятная Германия. 1125 фактов. Серия: Культура в фактах, 2015 – 496 с.

**Косынская В.**

#### **Теоретические аспекты изучения стереотипизации в массовой коммуникации**

**Аннотация:** Рассмотрено явление «стереотип» в его широком и узком смысле, а также обозначены группы стереотипов в оппозиции разных подходов. Определена роль стереотипов в социальном обществе в процессе существования коммуникативного действия, выявлены известные стереотипы о немцах.

**Ключевые слова:** стереотип, социальный стереотип, гендерный стереотип, коммуникативное действие, текст, СМИ, пиар, филология, социология.

**Kosynskaja V.**

#### **Theoretical aspects of studying stereotyping**

**Abstract:** The phenomenon «stereotype» is considered in its broad and narrow sense, and groups of stereotypes are also identified, with oppositions of different approaches. The role of stereotypes in the social society in the process of communicative action is defined, known stereotypes about the Germans are revealed.

**Key words:** stereotype, social stereotype, gender stereotype, communicative action, text, media, PR, philology, social studies.

**Косынская В.**

#### **Стереотипті зерттеудің теориялық аспектілері**

**Аннотация:** «Стереотип» құбылысы оның кең және тар мағынасында қаралады, әр түрлі көзқарастардың қарама-қайшылығы бар стереотиптер топтары да анықталған. Әлеуметтік қоғамдағы коммуникативтік әрекеттердегі стереотиптердің рөлі анықталды, немістер туралы белгілі стереотиптер анықталды.

**Түйін сөздер:** стереотип, әлеуметтік стереотип, гендерлік стереотип, коммуникативтік әрекет, мәтін, медиа, PR, филология, әлеуметтік зерттеулер.

Лифанов С.А.

**От религиозного модернизма  
к нетрадиционной религиозности:  
актуальность теологических компонентов  
медиаобразования**

Обращаясь к вопросу о религии как грани культуры возможно отметить, что на данный момент положение религии в современном мире очень противоречивое. Рассматривая многообразные концепции происхождения религии возможно отметить, что обоснование религиозного опыта, посредством глубинных антропологических феноменов в определенном смысле объясняет и существование религии как феномена культуры значение, которого сохраняется, даже в условиях пропаганды, например, атеистического мировоззрения. История XX – начала XXI века представляет нам примеры как активного распространения антирелигиозных настроений, так и преобладания в обществе религиозного мировоззрения. С начала 20 века стало казаться, что религия и вера в традиционном понимании должны «уйти» из мира, что связано с повышением общей образованности и технологическим прогрессом, полностью доказывая теорию секуляризации. Естественно, что в наше время религия все же утратила свою былую мощь, аналогичную влиянию на все сферы жизни общества (образование, политика, право и т.д.) эпохи Средневековья. Но предположение, что религия исчезнет не обосновано и необходимо отметить, что на данный момент мы видим возрастающую популярность религии.

В тоже время роль религии в современном мире практически не изменилась по сравнению с той ролью, которую играли религиозные верования в прошлые века, если не учитывать того факта, что в большинстве государств религия и политика разделены, и священнослужители не обладают властью оказывать существенное влияние на политические и гражданский процессы в стране. Сама же религией не стоит на месте она усовершенству-

ется и модернизируется, идет в ногу со временем, как для увеличения своего влияния на мировой карте, так и для своих мирян.

О возрастании роли религии можно косвенно судить, рассматривая численность верующих. По исследованиям в начале третьего тысячелетия количество христиан составляет 2,4 млрд, исповедующих ислам 1,7 млрд, индуизм – 984 млн, буддизм – 520 млн человек [1]. Количеств верующих, наиболее влиятельных по численности конфессий, таким образом составляет более 80% населения, не говоря о других традиционных религиях. И если представлять ситуацию только лишь по количеству верующих, то картина будет впечатляющая.

Для анализа формирования современной религиозной ситуации важно отметить, что, начиная, с 1900 годов начался спад влияния религиозного сознания. Толчком послужило начало первой мировой, которая продвинула человечество на семь-десять может и на все тридцать лет в техническом развитии, и в этот момент начинается сильнейшей подрыв религии, веры во всеблагого бога и установленные им порядки, и политику церкви оправдывающую войну своих правительств. В то же время нарастает и влияние идей марксизма, которые приобрели большой масштаб и нашли отклик во всех слоях населения. И как мы видим, что после окончания первой мировой в России, на Арабском полуострове, в Китае и т.д. возникают антирелигиозные восстания и движения. Так, к примеру, с приходом большевиков к власти в России начались так называемые безрелигиозные пятилетки, в рамках которых ставилась задача охватить страну и, прежде всего, молодежь тотальной антирелигиозной пропагандой; лозунги и призывы, пропитанные идеями марксизма, призывали к искоренению так называемой религиозной заразы, религии как «опиума для народа». Здесь важно отметить, что усиление антирелигиозной идеологии, лишь показывало не возможность полностью устранить веру, путем официальных запретов на деятельность религиозных организаций. Пример с Советским Союзом не единственный. Так, и в Китае в тоже время с 1919 были уничтожены буддийски дацаны и школы, а также литература, первоисточники. Преобразования шли по всему миру, также они проходили на Аравийском полуострове, а точнее в Турции, бывшей Османской империей, где шариат был частично заменен западным правовым кодексом.

Можно отметить, что в современном медийном мире тоже встречается реклама атеизма. В 2008-2010 гг. прошла рекламная кампания Британской Гуманистической Ассоциации по размещению надписей атеистической направленности на общественном транспорте в Великобритании. Автобусы со слоганом «По всей вероятности, бога нет. Хватит волноваться, наслаждайтесь жизнью» (англ. There's probably no God. Now stop worrying and enjoy your life) понравились жителям ряда стран (США, Австралия и др), а поскольку нарушений гражданских прав и медийного законодательства не нашлось акция была разрешена, несмотря на определенные протесты и недовольство со стороны религиозных организаций и общин [2].

Далее – в течении 20-25 лет религия не была, так сказать, в почете, но в самом начале второй мировой снова начался религиозный подъем – достаточно одного примера, связанного с фашизмом и его идеологическим интересом к протоарийцам, различным мистическим учениям Востока, в попытке соединить их с техническими разработками германских инженеров. Политический режим, власть в Германии в 30-е гг. XX в., по свидетельству историков, сопровождался религиозными формами обоснования, оправдания ряда идей, опирающимися на традиционный католицизм и папство. Римско-католическая церковь, в лице папы Пия XI поддерживала национал социалистов, как в Италии и Испании, так и в самой Германии. В истории Германии, версии 30-х годов сформировалось новое государственное образование «Третий рейх», которое должно было быть понято не только на уровне светского, но и религиозного сознания. Первый рейх («Древний рейх») соотносился с богом Отцом – это Священная Римская, Второй рейх, кайзеровская Германия – с богом Сыном и, наконец, Третий рейх – со святым Духом. Данный исторический факт можно считать одним из примеров наполнения моделей религиозной сознания и аргументации внешним (политическим, экономическим, идеологическим и др.) содержанием. Да, и в общем возникновение тоталитарных режимов способствовало росту религии, так как обращалось к ней за поддержкой и идеями.

Вместе со всем этим разнообразием, рождается *религиозный модернизм*, и религия начинает приспосабливаться к все более изменчивым условиям. Он обозначает стремление представите-

лей разных конфессий снять насколько это возможно рассогласование религиозной и секулярной практикой, адаптировав веру к парадигмам современного безрелигиозного сознания.

Имманентный конфликт веры и знания в контексте современной глобальной цивилизации принял совершенно иную, чем это было исторически обусловлено форму. Заняв определенную мировоззренческую нишу религия (вне зависимости от конфессии) столкнулась с необходимостью согласовать свои постулаты с базовыми представлениями современной науки, принять часть технологических достижений и найти новую систему аргументации в обращении к потенциальной пастве. Например, начиная с II Ватиканского собора (1962-65 гг.) католическая церковь инициировала установку центральной идеей которой стало аджорнаменто, т. е. «осовременивание» церкви. Во второй половине XX века религия вновь начала вступать в решения сложных мировых проблем, формируя новую форму сотрудничества религии и политики.

Несколько позже развивается противоположное течение – фундаментализм, фундамент которого резкое критическое восприятие негативных или проблемных аспектов развития современного общества и призыв вернуться к исконному укладу жизни, вплоть до идеи отвергнуть науку.

В настоящее время СМИ, представители искусства и науки, политики и педагоги могут призывать к возвращению религиозных ценностей и идеалов, что не воспринимается обществом критически. Религия сумела упрочить свой статус в период идеологического кризиса, вызванного распадом СССР и окончанием первого этапа «холодной» войны и изменением политической карты мира

Примечательно, что до развала СССР казалось, что по данным официальных исследований вера в бога была практически искоренена. Так по исследованиям советских ученых на вопрос «Верите ли вы в бога?» восемьдесят процентов отвечало нет, а на вопрос исполните ли вы религиозные праздники и традиции многие отвечали «да». Всех этих людей можно назвать традиционными верующими. В наше время мы наблюдаем точно такое же явление, но в несколько иной форме. По данным исследований всего шесть процентов не верят в бога, а остальные верят, но в

измененной форме: либо представляют бога не как его описывает церковь, а как нечто непостижимое и невидимое, но существующие за пределами объективной реальности либо придерживаются религии в форме традиций, не рефлексировав над ее внутренним содержанием.

На сегодня религия может стать как фактором позитивных духовных процессов в обществе, так и идеологическим оружием разного рода организаций, зачастую не имеющих никакого отношения ни к традиционным религиям, конфессиям, ни к религии, вере в Бога вообще, и это становится глобальной проблемой. Одна из глобальных проблем – это, безусловно, терроризм, который все больше и больше угрожает общественной безопасности и порядку. В основном это исламские радикальные движения, которые используют необразованность, негативные последствия вестернизации, уничтожение культурной идентичности народов как обоснование фундаментализма, но под идеями возвращения к истокам традиций зачастую скрываются корыстные цели.

**Одним из проявлений религиозного плюрализма является такое духовное явление XX века как нетрадиционная религиозность.** Нетрадиционная религиозность – явление трудно поддающееся религиозоведческому осмыслению, поскольку в этом феномене отражены сложные процессы духовно-нравственного состояния современного мира.

Во-первых, совокупность нарастающих в обществе деструктивных процессов, создает благоприятные условия для распространения новых религиозных движений, обещающих исковое – личное спасение, возможности нравственного самосовершенствования и самовыражения, ощущение обладания эзотерическими знаниями – «недоступными» большинству.

Во-вторых, создание и распространение новых религиозных движений сопряжено с двойственностью тенденций современной секуляризации и религиозного возрождения, проходящих на фоне глобальных информационных процессов. Усложнение форм религиозной идентичности, разочарование в ценностях потребительского общества, чувство одиночества и потеря смысла – все это способствует поиску *новой системы ценностей*, в том числе вне традиционных религий.

Все многообразие новых культов и движений можно условно разделить на несколько групп [6]:

1. *Неоориенталистские культы*: «Общество Сознания Кришны», «Тихоокеанский дзен-буддийский центр», «Миссия Божественного света», «Трансцендентальная медитация» и др. Чаще всего, модернизируя различные варианты индуизма, буддизма. Вероучительные особенности отходят на задний план, на передний план выступает следование истинному пути.

2. *Неохристианские объединения* – это «Церковь объединения», «Семья Детей Бога» и др. Для этих культов характерен синкретизм христианской религии с элементами восточных религий, мессианство, наделение руководителя статусом посланника Бога, сообщающего новое откровение, высшие нравственные предписания.

3. *Сайентологическое направление* образуют «Церковь сайентологии», «космические религии» и пр. В этих культах превозносится научность своих учений, мистическое значение воздействия неких неизвестных и таинственных высших реальностей и фактов на человека.

4. *Новая магия, спиритизм*. Наряду с сохранившимися традиционными колдунами, шаманами, гадалками все больший авторитет получают новые магические учения и институты, соединяющие воззрения и практики восточных и западных, древних и современных традиций, а также спонтанное творчество новых колдунов, гадалек.

5. *«Сатанинские» группы*. Сатанинские культы проповедуют общение с мистическими источниками зла – демонами, сатаной и др.

Безусловно, данная классификация не является исчерпывающей и может быть дополнена, например, представлениями о религиозном синкретизме, неоязычестве и др. В целом, если характеризовать отношение современного общества к религии, то можно заметить некоторые тенденции, применимые практически ко всем странам. Но не только поэтому человек возвращается к религии – как мы помним из истории человек всегда боится, не понимает, желает и требует, и тем более в современном мире, где человек живет в условиях большой конкуренции, кризисов, стрессов, упадка ценностей и морали и других факторов, которые «давят» на него – и главный экзистенциальный вопрос жизни

любого человека остается – «Есть ли жизнь после смерти и что будет со мной?». Этот мотив приводит к религии, где все построено систематично, многое обосновано логикой («Верю – ибо так велит мне мой разум») и мифологией («Вследствие этого значит по этому...») и именно в ней человек находит утешения или же смысл к дальнейшей жизни. Очевидно, что расцвет мировых религий и появление многочисленных новых религиозных течений, как и прежде, напрямую зависит от духовных и психологических потребностей людей.

Такое разнообразие религиозного опыта, дополненное возможностями информационно-коммуникативных технологий, Интернета и СМИ актуализирует задачи медиаобразования, относительно системы религиозных ценностей.

Известный исследователь медиа Федоров А.В. предлагает систематизировать модели медиаобразования в следующем виде:

- образовательно-информационные модели;
- воспитательно-этические модели;
- теологические модели;
- практико-утилитарные модели;
- эстетические модели;
- социокультурные модели

При этом данные модели и теории далеко не всегда существуют в чистом виде и часто переплетаются [7].

Теологические модели, по мнению Федорова А.В. предполагают рассмотрение религиозных, моральных, философских проблем на материале медиа и опираются в основном на религиозную, этическую, протекционистскую и др. теории медиаобразования. Педагогическая стратегия при этом базируется на следующих компонентах медиаобразовательной программы:

- место и роль религии, медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа;
- основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования, с опорой на религиозную базу;
- проблемы религиозной медиакомпетентности, анализа функционирования медиа в социуме и медиатекстов разных видов и жанров.

Таким образом, целесообразно уделять больше внимания взаимодействию религиозных институтов со СМИ, аналитической и

прогностической деятельности в области религиозных отношений. Для объяснения этих тенденций наиболее полезен методологический инструментарий медиаобразования и теоретические построения, в которых происхождение религии объясняется не из догматов определенной конфессии, а как бы «атеистически» – из практики, антропологических свойств, психологических особенностей и т.д.

### Литература

1. Status of Global Mission, 2015, in the Context of AD 1900–2050 // International Bulletin of Missionary Research, Vol. 39, No. 1. Gordon-Conwell Theological Seminary (2015) – <http://www.gordonconwell.edu/resources/documents/2IBMR2015.pdf>
2. Sherine, Ariane; Heather, Ron I Can't Think Up Yet Another Bus Pun Headline. Atheist Campaign – <http://www.atheistbus.org.uk/i-cant-think-up-yet-another-bus-pun-headline/> 12.10. 2017 г.
3. Джемс В. Многообразие религиозного опыта. – СПб, 1993. – 303 с.
4. Сухейль Ф. Религиозный феномен и современная наука// Вопросы философии. – 2002 – № 2. – С. 169-174.
5. Сэм Харрис. Конец веры. – М.: Эксмо, 2011. – 496 с.
6. Борунков Ю.Ф., Яблоков И.Н., Новиков М.П. и др. Основы религиозоведения / Учебное издание под ред. И.Н. Яблокова. – М.: Высш. школа, 2005. – 508 с.
7. Федоров А.В. Модели медиаобразования: светская и теологическая – «Magister Dixit» – научно-педагогический журнал Восточной Сибири №4 (12). Декабрь 2013 (<http://md.islu.ru/>)

**Мухаметова В.**

Научн. рук. С.Ш. Тахан

### **К вопросу манипуляции массовым сознанием посредством СМИ**

Сегодня человеку ежедневно, ежечасно и даже ежеминутно приходится сталкиваться с огромным количеством информации. И зачастую времени анализировать эту информацию просто нет. Эмоции современного человека перегружены, увы, но кто бы мог подумать, что это может быть кому-то на руку. Круглосуточное телевидение, свободный и неограниченный доступ к интернету, новости 24 часа в сутки из всех уголков планеты. Ежедневно человек поглощает потоки информации в пять раз больше чем три десятка лет, его глаз «замылится», человек привык к «готовой» новости, он впитывает ее как губка, не задумываясь о том, объективна ли эта оценка события в материале или это «утка».

В погоне за рейтингами нынешние СМИ прибегают к различным механизмам воздействия на аудиторию. Манипулируют, используя «предельное самораскрытие». Скрытая пропаганда действует на слушателя, зрителя сильнее, чем явная, открытая.

Из научных трудов по теории журналистики, коммуникации, связи с общественностью, теории пропаганды, психологии можно выделить два основных способа воздействия на человека, воспринимающего информацию: убеждение и внушение, основанные на воздействии на эмоционально-волевую сферу сознания, затмевающим логический анализ информации [1, 2, 3, 4, 5]. Для достижения этих целей современные СМИ используют прием «непрерывной информации» [6], не давая зрителям, слушателям и читателям время на обдумывание и глубокий анализ ситуации, а позволяя лишь поверхностно воспринимать чужую точку зрения.

В книге «Весь мир у вас в квартире» [7] казахстанский журналист, доктор филологических наук М. Барманкулов знакомит нас с термином «сбалансированной» информации. «Суть сбалансированной информации заключается в том, что к факту невыгод-

ному «привязывают» такой новый факт, который уводит умозаключение воспринимающего в ложную, но выгодную для информаторов сторону. Факт комментируется фактом. Нужный вывод делают сами воспринимающие информацию из сопоставления искусно подобранных фактов. Оба факта могут быть правдивыми, но ложна, неправильная связь между ними. И отсюда – кажущаяся объективность вывода» [7, стр. 24]. Автор указывает на то, как легко манипулировать восприятием человека по отношению к объективности информации.

Дешифровать информацию в настоящее время весьма непросто, ведь инструменты манипуляции и воздействия на личность постоянно совершенствуются. Используются как вербальные, так и невербальные уловки, для наиболее эффективного влияния на аудиторию. Наибольшим манипулятивным потенциалом обладают лексические и синтаксические средства. Используются такие вербальные приемы, как персонализация новостей, коннотация и речевая игра, семантические преобразования и прочее. К невербальным относятся креолизованный текст, параграфемные ресурсы, положение и цвет текста, использование перлокутивных эффектов, которые предают тексту двусмысленность и оказывают прямое влияние на сознание реципиента [8, 9, 10, 11].

«Помощник министра обороны США по связи с органами информации Артур Сильвестр, – пишет В. Акулов в статье, посвященной разоблачению «Голоса Америки» («Известия», 1970, 16 января), – выступил с так называемой «теорией управления новостями». В соответствии с ней правительство предоставляет органам информации выгодные для него факты и сведения и скрывает невыгодные».

Использование средств массовой коммуникации в политике – дело не новое. Политика – это искусство управления государством. «Если ты не интересуешься политикой, то политика заинтересуется тобой» – Перикл, афинский государственный деятель [12].

Сегодня СМИ все больше используются как инструмент внутренней и внешней политики, и они все больше влияют на мировые политические процессы. К примеру, в начале 70-х годов XX века весь мир узнал об Уотергейтском скандале и о том,

что именно СМИ поспособствовали расследованию и разрешению уотергейтского кризиса. Резонансный скандал в Америке, связанный с прослушиванием штаб-квартиры демократов, не привел бы к отставке 37-го президента США Ричарда Никсона, если бы не журналистское расследование репортеров газеты «**The Washington Post**». После Уотергейтского скандала американская пресса получила негласную роль «четвертой власти», а профессия журналиста стала в Америке особенно престижной и популярной.

Современные политики используют СМИ как инструмент продвижения своей политики, идей и самого себя, ведут активную агитацию и пропаганду. Термин «теледипломатия» прочно закрепился в лексиконе современных медиа-аналитиков [13]. Теледипломатия – новейший политический инструмент, развитие которого связано с высокоскоростной информационной составляющей жизни мирового сообщества, совершенствованием коммуникационных технологий.

«Мы создали первую и поистине глобальную мировую империю. И впервые в истории империя была создана преимущественно не военными средствами», – Джон Перкинс, американский писатель [15].

Во время войны 1991 года в Персидском заливе телеканал «**CNN**» стал уникальным источником информации и коммуникатором между правительствами двух стран – США и Ирака. Мир увидел с телеэкранов военные действия на севере Аравийского полуострова в реальном времени. Резонанс от показа войны был ошеломляющим. Весь мир следил за ходом боевых операций. Первостепенным фактором была зрелищность, вызывающая невиданный интерес телезрителей, а уже потом достоверность. Всемирная телекоммуникационная сеть стала влиять и даже способствовать изменению хода политических и дипломатических отношений. Этот прием в начале 1990-х годов получил название «эффект CNN» и в дальнейшем стал широко использоваться в СМИ [6].

Сейчас журналисты, пропагандируя, стараются учитывать психологическую настроенность своего адресанта [14]. Знание психологии человека, свойств его человеческого восприятия и внимания, позволяют действенно манипулировать. Журналист –

он же психолог, свой материал и его информационную подачу строит с целью достижения эмоционального отклика адресанта и стремления завладеть аудиторией.

Репортажи спровоцированных ситуаций, новостные сюжеты с пометкой «No comments» или «Live», комментариев «живого» лица – все это воспринимается зрителем как подлинное и объективное, зрители испытывают ощущение реального присутствия и сопричастности, но им показали только то, что нужно было показать. Опять же зритель не видит полной картины события и обманывается тем, что принимает все буквально. Используя, так называемую «голую», некомментируемую информацию, «монтаж» фактов, транслируемых через каналы коммуникации, добиваются выгодного искажения перспективы, в силу чего нарушается принцип конгруэнтности и коммуникативной адекватности.

«Пресса – это как бы наши сверхзоркие глаза и сверхчуткие уши. Но оказывается, эти глаза и уши могут видеть и оценивать по-разному», – писал Барманкулов 46 лет назад в своей книге «Весь мир у вас в квартире», словно глядя сквозь призму времени на нас напрямую в 2018 год.

### Литература

1. Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание. – М.: ИНФА-М, 2000.
2. С. А. Зелинский. Массовые коммуникации — как способ управления массами. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008.
3. Кривонос А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010.
4. Щербаль С. С. Пропаганда и убеждение в системе медиакоммуникаций. // Междунар. науч.-практ. конф. Материалы. (Чебоксары, 30 окт. 2016 г.). – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016.
5. Кишкель Е.Н. Управленческая психология. Учебник. – М.: Изд-во «Высшая школа», 2002.
6. Тьерри Мейсан. Спектакль-дезинформация. Эффект CNN // <http://www.voltairenet.org/article129894.html>
7. Барманкулов М. Весь мир у вас в квартире. – Алма-Ата: Казахстан, 1972
8. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. – М.: Медиамир, 2008.
9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2003.

10. Язык массовой и межличностной коммуникации. – М.: Медиа-Мир, 2007.
11. Иссерс О.С. Речевое воздействие. Учебное пособие. – М., 2009.
12. Жемчужины мысли <https://www.inpearls.ru/author/34248>
13. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: Изд-во. «РИП-холдинг», 2003
14. Коровин В. Третья мировая сетевая война. – СПб: «Питер», 2014.
15. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000.

**Нажимеденова А.Б.**

Научн. рук. Веревкин А.В.

**«Искусство преподавания»  
с позиции социологической методологии**

*Чтобы обучить другого, требуется больше ума,  
чем чтобы научиться самому.*

М. Монтень

Воспитание начинается с детства и большинство людей проходит этот путь: от воспитанника до воспитателя. Значит, можно обоснованно предположить, что педагогика – это наука для всех. Педагогика – это наука, но, как и многие гуманитарные науки, не очень неточная, хотя у нее есть и принципы, и правила, и, разнообразные методы. Педагогику можно определить и как искусство, только с той разницей, что произведения этого вида искусства – люди-личности. Вопрос о том, куда следует отнести педагогику, к разряду наук или к искусствам, время от времени возобновляется. С другой стороны, противопоставлять науку и искусство нельзя: они имеют и некоторые сходства между собой, и некоторые различия. Определенные задачи и науки, и искусства – исследовать и объяснять явления. Важным различием является то, что искусство на первый план ставит эстетичность своих предметов исследования, их красоту, чего наука не делает.

Искусство педагогика как и любое другое – суть высокая степень умения и мастерства в профессиональной деятельности, творчества в профессии. Специфика же искусства заключается в том, что педагог соприкасается с самой сложной сущностью человека – его душой, с душой студента, душой ученика.

Образно говоря, методы, методики, технологии – это инструменты педагога, как музыкальный инструмент у исполнителя. При этом копирование метода еще не есть понимание, почему этот метод применен или почему здесь лучше использовать данную педагогическую технологию (например, игровую), а в другой ситуации – иную (и та же игровая методика не подходит, при

всех ее преимуществ) . Кто-то опирается на интуицию при выборе инструментов, но «эффективная» интуиция тоже результат лишь высокого профессионализма и увлеченности профессией.

В выборе методов, технологии, в построении занятий, – во всем проявляется мастерство педагога. И это мастерство при совершенствовании постепенно перерастает в искусство.

От того, кто и как будет воспитывать ребенка, зависит его будущее, его мировоззрение, вся его жизнь. Общепринятой, в настоящее время, является точка зрения, согласно которой воспитание, и образование нераздельны. Нельзя воспитывать, не передавая знания, всякое же знание действует воспитательно.

О воспитании говорили многие авторы, начиная с античной философии. Некоторые идеи классиков литературы и философии, иногда выраженные в метафорической форме, перечислены далее:

- Платон: «Воспитание есть усвоение хороших привычек».
- Иммануил Кант: «В мире есть две сложные вещи – воспитывать и управлять».
- Лев Толстой: «Если педагог соединяет в себе любовь к делу и к ученикам, он – совершенный педагог».

Можно привести еще огромное множество примеров. В тоже время отношение к учителю в обществе может быть неоднозначным. Вероятно, причина этого заключается в том, что слишком большая ответственность ложится на педагогов. От них во многом зависит, каким будут следующие поколения, какие ценности будут преобладать у них. Однако на каждом этапе исторического развития требования к личности меняются, потому и меняются требования и к учителю. Педагогу приходится идти в ногу со временем.

Кроме того, любые действия учителя всегда оцениваются с разных точек зрения: учеников, их родителей, коллег, руководства и т.д. Человек, работающий по этой специальности, всегда находится в центре внимания. Важен и нравственный аспект этой профессии: педагогическая ошибка мало заметна, но ее последствия могут оказаться весьма значительными. Возможно также отметить, что в настоящее время труд педагога все более окружен измеряемыми параметрами, фиксирующими, однако, лишь те квалитетрические характеристики, которые можно выразить в

количественных эквивалентах. Творчество же по большей части невозможно измерить, и оно остается воспринимаемым лишь на личностном уровне.

Рассмотрим базовые образы «педагогика как искусства», обратившись к примерам из художественной литературы.

Образ учителя через функцию родительства. В качестве примера рассмотрим образ педагога в рассказе В.П. Астафьева «Фотография, на которой меня нет». Автор подчеркивает, что учитель является особым человеком среди жителей русской деревни тех лет (30-х годов): «Он был главным затейщиком, агитатором и пропагандистом в деревенском клубе, учил ребят играм, танцам, организовывал комедийные, злободневные представления, участвовал во всех сельских торжествах» [1]. В годы, описанные В.П. Астафьевым, учитель имел очень большой авторитет. Вероятно, причина этого кроется в том, что получить образование было очень сложно, для этого нужно было потратить немало сил и денег. Именно поэтому образованный человек вызывал уважение, что, впрочем, характерно и для более ранних исторических периодов.

В отношениях с ребятами к учителю было применимо выражение «вторая мама», «второй папа» или «старший друг». Внутренний облик учителя раскрывался в неумолимой заботе о школе, в огромной любви к детям. Дети полностью доверяют и глубоко уважают своего наставника. Эти чувства разделяют и взрослые чувства: «Уважение к нашему учителю и учительнице всеобщее, молчаливое. Учителей уважают за вежливость, за то, что они здороваются со всеми наряду, не разбирая ни бедных, ни богатых, ни ссыльных...» [2, с 149].

Образ наставника в перспективе сократической иронии. Другой пример можно найти в рассказе «Тринадцатый подвиг Геракла» Ф. Искандера. У педагога здесь есть своя методика, свой специфичный способ общения с учениками, и многим она кажется неподходящей. В практике Харлампия Диогеновича основным принципом было «делать человека смешным». Многие педагоги отмечают, что в воспитательном процессе юмор может быть очень действенным. Даже «трудные» подростки боятся выглядеть смешными, ведь это может сказаться на авторитете. Недаром говорят, что насмешка проникает даже сквозь панцирь

черепахи». Но понять насмешку или иронию может не каждый, и иногда ее результатом может стать конфликт ученика и учителя. В анализируемом рассказе дети каждую шутку преподавателя воспринимают как маленькое наказание, которое они заслужили. Для них его специфическая методика является нормой, Харлампий Диогенович вызывает даже уважение за то, что сразу же установил в нашем классе образцовую тишину. Главный герой оценивает форму воздействия педагога с высоты прожитых лет, накопленного опыта, и эта оценка явно положительна: «Смехом он, безусловно, закалял наши лукавые детские души и приучил нас относиться к собственной персоне с достаточным чувством юмора. По-моему, это вполне здоровое чувство, и любую попытку ставить его под сомнение я отвергаю решительно и навсегда» [3, с. 49].

Читатель понимает, что ирония учителя призвана была воспитывать учеников, искоренять их недостатки и развивать нравственное начало. Любой поступок учителя, прежде всего, оценивается им самим, поскольку он должен находить отклик в учениках, даже если внешне способ педагогического воздействия не всегда кажется полностью приемлемым.

Пользуясь данными примерами, социолог может задаться вопросом как оценивают студенты своих преподавателей, ученики отзываются о своих учителях и каков он – «преподаватель глазами студентов, учеников»? Чтобы ответить на данный вопрос, возможно использовать как качественную, так и количественную социологическую методологию, а также анализ текстов, интернет-источников. На основе проведенного анализа материалов в Интернете: социальных сетях, форумах возможно выделить следующие типичные положительные параметры оценки деятельности педагогов:

- Умение сформировать любовь к своему предмету, а следовательно повысить успеваемость;
- Полезность, практическая направленность занятий;
- Эрудированность, большой объем знаний;
- Заинтересованность в успехах учеников
- Использование неординарных методов преподавания.

Кроме этого, ценят в преподавателях: взаимопонимание, чувство юмора, умение заинтересовать, доброжелательность, отзыв-

чивость. Однако, всегда есть место и отрицательным оценкам. В тоже время опыт показывает, что вопреки опасениям, общее положительное мнение о своих наставниках, постепенно начинает превалировать, несмотря на единичные отрицательные эмоции – низкие оценки, требовательность и т.д. – если результат педагогической деятельности достигнут.

В заключении, можно отметить, что временами преподавание может приближаться к поэзии, что в свою очередь трудно исследовать методами социологии. Педагог вырабатывает свой стиль, свои приемы, свои способы взаимодействия с детьми в педагогическом процессе, доводя постепенно свое мастерство до уровня искусства. Именно искусство обогащает науку, приводя к новым обобщениям, к новой, более совершенной теории. Творить, изобретать и пробовать новые подходы нужно не только в науке, но и в любой профессиональной деятельности, и, возможно, больше всего в своей собственной жизни.

#### Литература

1. Астафьев В.П. Фотография, на которой меня не – <https://www.litmir.me/br/?b=95875&p=1> 20.01. 2018 г.
2. Астафьев В.П. Последний поклон, Красноярск, 1996-248с.
3. Ф. Искандер Избранные произведения. М., «Детская литература», 1995-221с.
4. <http://mif106.narod.ru/p165aa1.html>
5. <https://infourok.ru/prepodavanie-eto-iskusstvo-567722.htm>
6. [http://methodiks.ucoz.ru/index/velikie\\_pedagogi\\_proshlogo\\_i\\_sovremennosti/0-448](http://methodiks.ucoz.ru/index/velikie_pedagogi_proshlogo_i_sovremennosti/0-448)
7. Мынбаева А.К., Садвакасова З.М. Искусство преподавания: концепции и инновационные методы обучения. – Алматы «Қазақ университеті», 2011. – С. 3-4.

Плотникова М.

### Теоретические аспекты изучения медиадискурса

В современной научной парадигме понятие «дискурс» рассматривается как из важнейших «инструментов» анализа в целом ряде наук: лингвистике, литературоведении, журналистике, политологии, психологии, философии и других.

Переход к дискурсивной парадигме рассмотрения является закономерным развитием гуманитарной мысли. Так, Е.А. Селиванова отмечает, что такого рода эволюция происходит благодаря «последовательной смене четырех основных научных парадигм – сравнительно-исторической, системно-структурной, коммуникативно-функциональной и когнитивно-дискурсивной» [1, с. 16].

Возникновение термина «дискурс» можно отнести еще к античным временам, когда данное понятие означало беседу. С начала 19 века термин становится все более употребляемым, и начинает интересовать ученых. В словаре немецкого языка братьев Гримм 1860 г. термин «дискурс» получает два значения: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция.

Таким образом, только в 50-х гг. XX в. термин «дискурс» стал использоваться в лингвистическом контексте. Произошло это, после публикации статьи американского лингвиста З. Харриса. Зелинг Харрис в своей работе «Анализ дискурса» дал определение и обозначил дискурс как «метод анализа связанной речи», предназначенный «для расширения дескриптивной лингвистики за пределы одного предложения в данный момент времени и для соотнесения культуры и языка» [3, с. 83].

В 60-х гг. 20 в. появляется новое направление лингвистических исследований – лингвистика текста. Ее объектом являются правила построения связного текста и его смысловые категории, выражаемые по этим правилам. Кроме это, она объединяет не только лингвистические, но также и смежные подходы, такие например как литературоведение, функциональная стилистика, психология, статистическая обработка текстов и другие. В связи с тем, что текст оказался во внимании таких разнородных наук,

стало необходимым разграничить текст и дискурс. Дискурс стал трактоваться как «текст плюс ситуация», а текст, соответственно, как «дискурс минус ситуация». Об этом еще в 1974 г. писал Э. Бенвенист, считая, что «высказывание приводит язык в действие посредством индивидуального акта его использования» [4, с. 312]. Таким образом, в 70-х гг. XX в. были четко разграничены процесс использования языка – дискурс и результат этого процесса – текст.

На сегодняшний день исследование дискурса является одним из центральных направлений в лингвистике. Научные исследования, которые были посвящены дискурсу можно разделить на три основных группы:

1. рассмотрение лингво-когнитивной структуры дискурса (Э. Гофман, У. Лабов, М. Хэллидей, Т.А. ван Дейк, П. Хоппер и др.);

2. анализ структуры дискурса с учетом когнитивных особенностей коммуникантов (интенция, намерение) (Р. Шенк, Р. Абельсон, У. Манн, Д. Гордон, Дж. Лакофф и др.);

3. рассмотрение структуры дискурса с учетом когнитивных особенностей коммуникантов (конверсационный анализ) (Г. Сакс, Э. Щеглофф, Д. Джефферсон, Дж. Синклер, М. Стаббс, Д. Шифрин и др.).

Но даже в современной лингвистике весь спектр его значений трактуется неоднозначно. Можно выделить несколько подходов к его определению:

1. Коммуникативный подход: дискурс как вербальное общение, диалог, беседа.

2. Структурно-синтактический подход: дискурс как фрагмент текста, то есть образование выше уровня предложения. Понимаются два или несколько предложений, которые находятся в смысловой связи.

3. Структурно-стилистический подход: дискурс как нетекстовая организация разговорной речи характеризующаяся нечётким делением на части, спонтанностью, стилистической спецификой.

4. Социально-прагматический подход: дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения, в жизнь, либо как социальный ограниченный тип высказывания, либо как «язык в языке».

Данная типология отражает, насколько понятие дискурса многозначно, и что дискурс обращен и к прагматике, к процессам, происходящим в сознании участников, но также и к тексту, что делает его универсальным понятием.

Н.Д. Арутюнова рассматривает дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами», как «речь, погруженную в жизнь» [5, с.136–137]. Дискурс – это явление, исследуемое в режиме текущего времени, то есть по мере его появления и развития, и при его анализе необходимо учитывать все социальные, культурологические и прагматические факторы. Поэтому термин дискурс, в отличие от термина текст, не применяется к древним и др. текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно [5, с. 136–137]. В.И. Карасик предлагает выделять два основных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный [8, с. 5]. В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института. Им же предложено выделить следующие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический, массово-информационный. Институциональный дискурс, по мнению В.И. Карасика, «есть специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума». В классификации В.И. Карасика, персональный дискурс представлен двумя основными разновидностями – бытийный и бытовой (обиходный) дискурс [9, с. 208]. Бытийный дискурс носит развернутый характер, попытка передать всю красоту внутреннего мира говорящего. В нем используются все формы речи на базе литературного языка. «Бытийное общение носит преимущественно монологический характер и представлено произведениями художественной литературы и философскими и психологическими интроспективными текстами» [9, с. 240]. Так же, В. И. Карасик отмечает, что бытийный дискурс прямым и опосредованным. Прямой бытийный дискурс пред-

ставлен двумя противоположными видами: смысловой переход и смысловой прорыв. Смысловой переход – проявляется в форме рассуждения, т.е. вербального выражения мыслей и чувств, целью которого является определение неочевидных явлений, имеющих отношение к внутреннему и внешнему миру человека. А смысловой порыв – это «озарение, инсайт, внезапное понимание сути дела, душевного состояния, положения вещей» [Карасик, 2002: 240]. Композиционно-речевой формой смыслового прорыва является текстовый поток образов и смыслов, который зачастую характеризуется сочетанием несовместимых признаков или алогизмом.

Опосредованный бытийный дискурс – это «это аналогическое (переносное) и аллегорическое (символическое) развитие идеи через повествование и описание» [9, с. 241]. Повествование, в свою очередь, представляет собой изложение событий в их последовательности, а описание – статическая характеристика очевидных, наблюдаемых явлений. Таким образом, дискурс еще с античных времен остается до конца неизученным и многогранным понятием. Работы таких ученых как В.И.Карасик, Н.Д.Арутюнова показали нам всесторонность этого феномена.

Нынешнее время можно смело назвать информационной эпохой. Таким образом, сама информация является для нас весьма доступной, и более десяти раз ежедневно мы обращаемся к СМИ: печатные версии газет и журналов, интернет, телевидение, радио. Массовые коммуникации продолжают выступать активным элементом идейно-политической и социально-экономической системы. Из-за того, что СМИ берет на себя задачу внушения и назначения настроения у общества, они становятся объектом пристального изучения психолингвистики, когнитивной лингвистики, дискурсивного анализа.

Признаем методологическую важность многочисленных исследований дискурса (Н.Д. Арутюнова, М.Н. Володина, М.Р. Желтухина, Е.С. Кубрякова, В.И. Карасик, А.А. Романов, Ю.С.Степанов, И.А. Стернин, В.И.Шаховский, Е.И.Шейгал и др.), при этом определим медиадискурс как связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст, включающий в себя прагматические, социокультурные, психологические факторы, взятый не отдельно, а в событийном аспекте, представля-

ющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов. Дискурс-анализ стал очень популярным явлением за последние несколько лет. Опять же, прежде всего потому, что информационный век и мнение всего общества создается вокруг него. Дискурс-анализ представляет собой средство, помогающее уловить настроения и понять дискурсивные стратегии. Дискурс-анализ имеет нечто общее с анализом разговора и рассказа, но является более гибким в использовании, так как обращает меньше внимания на естественную речь. Хотя существует некая связь с риторикой в общественных отношениях и маркетинге, в дискурс-анализе связь между речью и контекстом более очевидная.

Исследователи, приверженцы этого метода, поглощены идеей о том, что дискурс проявляется в социальном контексте, которые находятся под влиянием друг друга. Они рассматривают в своих трудах три основных момента:

- 1) форма и содержание языка в действии
- 2) ситуации, в которых люди используют язык, чтобы обменяться идеями и убеждениями
- 3) институциональные и организационные факторы, а так же более широкие политические, социальные, культурные и экономические условия, которые окружают дискурс и подвергаются его влиянию.

У Мишеля Фуко, дискурс – это и то, что создано из совокупностей знаков, и совокупность актов формулировки, ряд предложений или суждений. Дискурс создан совокупностью последовательностей знаков, представляющих собой высказывание; дискурс – это совокупность высказываний, которые подчиняются одной и той же системе формирования. Эти высказывания зависят от одной и той же дискурсивной формации.

В отличие от М. Фуко, ориентировавшего свой анализ большей частью на культурологическую составляющую, Т. ван Дейк сосредоточивается на лингвосомиотических чертах исследуемого объекта. Не случайно, что предметом его анализа стала политическая риторика СМИ.

В связи с вышесказанным, следует отметить, что через сферу СМИ происходит обновление языка современности, языка социума. Текст является необходимым элементом коммуникации, помогающим понять динамику любого газетного дискурса.

Критический анализ дискурса практикуется учеными разных стран. Существует несколько крупных центров КАД в ФРГ, Нидерландах, Австрии, Великобритании. Для исследователя германской прессы, основным источником служит Интернет. Здесь можно встретить электронные версии всех крупнейших изданий. Таким образом, ознакомившись с ними, можно дать анализ таким редакциям как:

«Frankfurter Allgemeine Zeitung» – (Франкфуртская общая газета) – либерально-консервативная и самая цитируемая газета ФРГ по последним опросам (statista.de). Издаётся во Франкфуртена-Майне. Тираж: 363 465 экземпляров.

«Die Welt» (Мир) – наиболее консервативная газета, принадлежащая крупнейшему немецкому издательскому концерну Springer Verlag, специализирующемуся на выпуске массовой периодики. Тираж: 251 000 экземпляров.

«Bild» (Картинка) – бульварная пресса, специализирующаяся на скандалах, сплетнях. В отличие от всех остальных общенациональных газет, подавляющее большинство тиража Bild распространяется в розницу, а не по подписке. Тираж: 12 112 000 экземпляров.

«Die Zeit» (Время) – носит либеральный характер и ее аудитория, это в основном бизнес-элита Германии. Тираж: 250 000 экземпляров

В процессе исследования германской прессы удалось выделить три главные темы-критерия, благодаря которым формируется новое мышление граждан Германии.

1) Публикации, посвященные политике Меркель, а именно критика граждан по поводу наплыва беженцев. Германская пресса старается очень аккуратно высказываться по этому поводу, однако в самых незамысловатых выражениях можно понять о негативном отношении к действиям канцлера.

2) Публикации, посвященные экономическому развитию Германии. Здесь речь идет о проектах и дальнейших планах страны с учетом имеющихся в стране мигрантов, свободного числа рабочих мест и уровня жизни.

3) Публикации, рассказывающие также об экономическом положении, только на фоне Евросоюза. Здесь мы видим статьи о

том, как ФРГ способствует стабилизации обвалившихся экономик Италии, Греции, Испании, Кипра и т.д.

Пресса всегда является зеркалом, в котором отражается политика государства. Германия не является исключением. Контент-анализ СМИ представляет собой качественно-количественный метод анализа содержания текста по заданной тематике. Основной задачей является нахождение смысловых понятий, определение частоты их использования и соотношение с остальным содержанием текста.

### Литература

1. Селиванова Е.А. Лингвистическая энциклопедия. – П.: Довкилля, 2010. – 844 с.
2. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: ЦУЛ, «Фитосоцицентр», 2002. – 336 с.
3. Harris Z.S. Discourse analysis // Language. – 1952. – Vol. 28. – P. 474–494
4. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: УРСС, 2002. – 448 с.
5. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Речь // Лингвистический энциклопедический словарь / глав. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия», 2002. – С. 136–137.
6. Серажим К. Дискурс как социолингвистическое явление: методология, архитектура, вариативность. – Москва, 2002. – 392
7. Шевченко И.С. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен. – Х.: Константа, 2005. – 356 с.
8. Карасик В. И. О типах дискурса [Текст] // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград, 2000а. – С. 5-20.
9. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / Карасик В.И.; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
10. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.

#### Плотникова М.

#### Теоретические аспекты изучения медиадискурса

**Аннотация:** Рассмотрено явление «дискурс» в его широком и узком смысле, а также обозначены типы дискурсов, с позиции различных подходов. Определена роль медийного дискурса в процессе осуществления коммуникативного действия, а также обозначены и проанализированы основные признаки дискурса на примере немецкоязычных средств массовой информации.

**Ключевые слова:** дискурс, медиадискурс, медиальное пространство, коммуникативное действие, текст, СМИ, массово-информационный дискурс.

**Plotnikova M.**

**Theoretical aspects of the media discourse studying**

**Abstract:** The phenomenon of «discourse» in its broad and narrow sense is considered in the article. Types of discourses from the viewpoint of different approaches are studied. The role of media discourse in communicative act is defined, and the main features of mass media discourse are analyzed on the example of German-language media.

**Key words:** discourse, media discourse, medial space, communicative action, text, media, mass-information discourse.

**Плотникова М.**

**БАҚ-ты зерттеудің теориялық аспектілері**

**Андапта:** «Дискурс» феномені кең және тар мағынада қарастырылады, сондай-ақ әртүрлі көзқарастардағы дискурстардың түрлері. Коммуникативтік әрекет процесінде медиа дискурстың рөлі анықталды, дискурстың негізгі ерекшеліктері неміс тіліндегі БАҚ мысалында анықталды және талданды.

**Түйін сөздер:** дискурс, медиа дискурс, медиа кеңістік, коммуникативті іс, мәтін, медиа, масс-ақпараттық дискурс.

**Сейфуллин А.К.**  
Научн. рук. Тахан С.Ш.

### **Курс информационной политики независимого Казахстана**

Динамические процессы в информационном пространстве РК происходили в середине 90-х гг. XX века и сегодня вновь активизируются по двум причинам: влияние глобального экономического кризиса и прошедшее председательствование Казахстана в ОБСЕ. Медиа-система в РК прошла через следующие этапы:

1. Конец 80-х – 1992 гг.: разрушение вертикальной системы СМИ, подчиненной одной партии, разгосударствление.

2. 1992 – 1996 гг.: распространение принципа свободного потока информации, количественный рост СМИ, усиление влияния на общество.

3. 1996 – 1999 гг.: качественный рост независимых медиа, концентрация и монополизация медиа-структур;

4. 1999 – 2002 гг.: возрастание влияния на СМИ государства, новые законодательные ограничения;

5. 2002 – 2005 гг.: умеренность в деятельности основных СМИ, рост их экономического потенциала;

6. 2005 г. – по настоящее время: поиск баланса между обществом, личностью и СМИ [1].

Развитие медиа-систем отдельных стран привели к разрушению за последние годы некогда крепких связей внутри СНГ. На состоявшемся в конце 2008 года в Москве III Форуме национальных СМИ СНГ сотрудники ведущих газет, радио и телеканалов, Интернет-порталов из 11 стран Содружества и Прибалтики обсуждали сложившуюся ситуацию. По мнению делегата форума президента Академии журналистики Казахстана, профессора, доктора исторических наук С.К. Козыбаева, основной упор необходимо сделать на постоянном быстром обмене информацией внутри СНГ [2]. Ведь нам по-прежнему близки и понятны проблемы и чаяния соседних народов. Информационная площадка между странами СНГ существует, но не заполняется должным

образом. Во времена СССР без новостей из всех уголков Союза не обходилось ни одно СМИ, а сегодня, если в Казахстане знают, что происходит в России, то россиянам о республике почти не рассказывают. Он считает, что в пространстве СНГ в настоящее время идет процесс регионализации: есть страны, которые где искусственно, а где естественно все больше отдаляются друг от друга. И чтобы восстановить разрушенные связи, стоит больше информировать людей о соседях, нужно создать транснациональные СМИ, журналисты которых толково и интересно об этом расскажут.

Казалось бы, парадокс: информация сегодня доступна любая – достаточно зайти в Интернет. Но если у читателя не будет мотивации узнать больше о жизни другого народа, даже нажатие пары клавиш покажется ему бессмысленной задачей. А значит, журналист должен помочь сохранить подобную мотивацию, поскольку она важна для укрепления интеграции в СНГ. Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев 29 марта 1994 года на встрече в МГУ им. М. Ломоносова ясно и четко обозначил свой взгляд и предложения о перспективах развития государств постсоветского пространства. Он выдвинул идею создания совершенно нового объединения стран – участниц СНГ и предложил назвать его Евразийским союзом. Глава Казахстана по-прежнему остается одним из главных двигателей этого созидательного процесса.

Многие зарубежные и российские СМИ достойно представлены в Казахстане благодаря экспорту изданий, совместным проектам, работе корпунктов, трансляции по кабельным и эфирным сетям программ. В то же время казахстанские редакции не имеют полноценного представительства за рубежом. Некоторым исключением является телеканал «Хабар», у которого есть корпункты в Москве и в соседних республиках, а также заключены договоры с журналистами в разных странах, которые иногда готовят для теленовостей сюжеты. На территории стран Европы, Центральной Азии, Среднего Востока и северной части Африки 24 часа в сутки вещает канал «Caspionet», имеющий аудиторию в 99 млн. зрителей [3]. Но этого чрезвычайно мало в условиях интенсификации процесса глобализации.

Но очень важно, что в стране есть понимание: информационное пространство, где распространяется самая различная инфор-

мация, является важной частью общества. При этом, как точно подметила профессор, доктор политических наук Г.Ж. Ибраева, «к сожалению, чужой опыт не учит, но предостерегает, как можно обойтись без лишних трещин и пробоин, какие опасности следует преодолеть казахстанским СМИ» [4]. Но очевидно, что конечный результат медиа-глобализации зависит от социальной структуры, вида внедряемых технических инноваций и государственной политики в целом.

Сегодня в Казахстане сформирован конкурентоспособный информационный рынок. В последнее время по сравнению со временем обретения Казахстана независимости наблюдается количественный рост различных средств массовой информации. Если до 1990 года в Казахстане издавалось всего 10 государственных печатных изданий и выходили в эфир 21 теле- и радиоканал, то на текущий момент в стране действуют 2695 единиц СМИ. Подавляющее большинство в общей структуре – 90 % – составляют газеты (1619) и журналы (808), 9,5 % – электронные СМИ (63 телекомпании, 42 радиокomпании, 146 операторов кабельного телевидения и 6 – спутникового вещания) и 0,5 % – информационные агентства (11). Из 2 695 действующих СМИ государственных – 436 (16%), негосударственных – 2 259 (84%). Министерством связи и информации РК на постоянной основе ведется работа по установке на учет отечественных СМИ. На 15 сентября 2010 года поставлено на учет 10 777 СМИ, прошли процедуру переучета – 1915 СМИ. Ежегодно количество СМИ, поставленных на учет, увеличивается в среднем на 1000-1200 единиц [5]. За годы независимости казахстанские СМИ пережили многое – безграничную свободу слова, приватизацию, ущемление прав свободы слова и т.д.

Не всегда количество переходит в качество. У нас, действительно, есть замечательные новостные шоу по информационным поводам. Требовать правды от новостей – такая же наивность, как требовать правды или сбалансированных сведений от неигрового кино. Все знают, что это вид искусства, построенный на документальной основе. Новости сегодня – это так называемый «инфотейнмент» в глубоком теоретическом смысле, хотя там присутствуют поэтика и риторика новостного текста.

Даже беглый взгляд убеждает, что сегодня мы сталкиваемся, например, с существенно большим, чем ранее, количеством графических образов и способов их распространения.

Сегодня весь мир опутали информационные сети, работающие в реальном масштабе времени и передающие данные с такой скоростью, которая делает телеграфию и телефонию безнадежно устаревшими. Для многих исследователей новизна и необычность происходящего – уже достаточное основание объявить о наступлении новой эпохи и считать, что с прошлым покончено. Во-первых, есть стремление увидеть за информацией, скажем, в форме газетной статьи или телевизионного сценария, ее скрытую сущность. Обычно речь идет о таких экономических характеристиках, как структура собственности СМИ, источники рекламных поступлений, доходы аудитории. Политические экономисты склонны видеть в этих структурных элементах то, что незаметно влияет на содержание телевизионных новостей или на типы создаваемых компьютерных программ. Во-вторых, сторонники политико-экономического подхода настаивают на системном анализе процессов коммуникации и обработки информации. То есть они прилагают все мыслимые усилия, чтобы определить место конкретной сети кабельного телевидения или компании, разрабатывающей программное обеспечение, во всей социально-экономической системе. Как мы увидим, этой системой неизменно оказывается капитализм, а отправной точкой, с которой политические экономисты начинают свой анализ и к которой они многократно возвращаются, то, какое значение для капиталистической системы в целом имеет данное состояние и вероятное направление развития информационной сферы [6].

Для Казахстана формирование здорового имиджа сейчас важно, как никогда ранее. Мы полностью оказались вовлечены в глобальные процессы. Большинство демократически ориентированных стран проводят целенаправленную внешнюю политику в информационной сфере. Особенно важной она стала в условиях глобального экономического кризиса и всемирной борьбы с терроризмом. Правительства просто не могут себе позволить оставаться пассивными: они должны определить свое место в глобальной медийной среде и использовать возможности этой среды в своих интересах. Действия государства должны приниматься во

внимание и остальными субъектами информационного процесса. Отстаивая принцип свободы слова, мы не должны упускать из виду характер взаимодействия государства с другими участниками глобальной коммуникационной системы, соотносить свои действия с теми целями и аргументами, которые использует государство в своей регулятивной и ограничительной информационной политике на основе мирового опыта.

Даже в условиях ускоренной глобализации есть все основания для сохранения национальной медиа-идентичности, один из важнейших результатов которой – обеспечение максимального доступа к источникам информации. А для СМИ критерии отбора сообщений должны опираться на достаточно развитые теории коммуникаций и собственные традиции.

Имидж государства взаимосвязан с репутацией фирм и личностей страны. Уже несколько лет как в мире получили распространение глобальные репутационные рейтинги. Свыше 3 тысяч раз упоминался Казахстан в мировой прессе в течение 2008 года. Такое заключение содержится в опубликованном в Вашингтоне индексе страновых брендов «East West Global Nation Branding Index 200» [7].

В этот индекс, первый в своем роде, вошли рейтинги 200 стран и территорий, включая все 192 государства – члена ООН, которые были выведены на основе анализа их освещения в мировых СМИ. Индекс, подготовленный брендинговой компанией «Ист Вест» совместно с одной из ведущих софтверных компаний в сфере словарного анализа «Персепшн Метрикс», основывается на анализе 5 миллионов упоминаний стран и регионов в 38 ведущих СМИ мира. При этом учитывалось не просто количество упоминаний, но и позитивный или же негативный контекст. Используя 16000 слов или выражений, отражающих ту или иную направленность высказывания, было выявлено 1,5 миллиона позитивных и 1,7 миллиона негативных упоминаний. Кроме того, при расчете рейтинга страны учитывались общее качество публикации и значимость в ней страны, определявшаяся количеством упоминаний ее названия. С учетом всех этих факторов рейтинг стран рассчитывался от среднего показателя в 50 баллов в положительную или отрицательную сторону. Набрав 56 баллов, Казахстан занял 40-е место, что говорит о достаточно высоком пози-

тивном восприятии страны. По информации создателей индекса, наиболее часто встречающиеся слова с положительным зарядом в отношении Казахстана – «победа», «соглашение», «чемпион», «красота», «богатый». Наиболее часто встречающиеся слова с негативным оттенком – «конкурент», «удар», «запрет», «отказ».

Интересен количественный анализ в опубликованном индексе. В нём Казахстан, упомянутый в публикациях 2400 раз, занял 93-е место из 200, что выше среднего. Лидируют по данному показателю Соединённые Штаты Америки – 1,5 миллиона упоминаний, Великобритания (322000), Китай (266000), Австралия, Франция, Ирак, Индия, Япония и Россия, набравшая 68 тысяч упоминаний.

Репутация является категорией сугубо рациональной, формирующейся на основе реально имевшего место опыта взаимодействия целевых групп с организацией, на доказательных аргументах, осознанном сопоставлении или на оценках авторитетных экспертов.

Придание рынку ключевой роли в информационной сфере привело к тому, что информация и информационные технологии создаются для тех, кто может за них заплатить. Конечно, это не значит, что информация превратилась в нечто недоступное широкой публике. Все члены общества могут, конечно, пользоваться такими информационными продуктами и услугами, как телевидение, радио и пресса.

Поскольку рынок открыт для всех потребителей, большая часть того, что на нем представлено, в принципе доступно каждому, у кого есть средства заплатить за это. Дело, однако, в том, что рынок как механизм распределения чутко реагирует на различие в доходах и благосостоянии покупателей. Другими словами, классовое неравенство, или – шире, любая имущественная иерархия в обществе, в «информационную эпоху» превращается в важный фактор.

Приведенные данные показывают, что «широкая публика» состоит из «информационных бедняков», которых нужно «сбить в кучу» массовой аудитории, чтобы ее покупательная способность оказалась достаточной для того, чтобы предлагать ей какой-то информационный продукт. Нужно добавить, что развитие рынка кабельного телевидения оказало заметное влияние и на обществен-

ное телевидение. Если на «бесплатном» канале эфирного телевидения появляется программа, которая привлекает несколько миллионов, то операторы кабельного телевидения сразу же пытаются запустить ее аналог, но уже, конечно, за деньги. Переход к платному телевидению превращает людей в «информационных бедняков» [8].

Если мы хотим использовать свою идентичность как ценный актив, ею нужно управлять профессионально. Без новых структур, которые бы определяли, уточняли и проецировали всем имидж Казахстана, наши попытки будут и дальше разрознены, и противоречивы. Сейчас у нас нет центрального органа с всеобщей ответственностью за управление национальной идентичностью [9]. В результате – нет ни единых сообщений, ни последовательной стратегии, ни систематической оценки. Поэтому в первую очередь, нам необходимо создать орган, отвечающий за бренд Казахстана. Это должна быть небольшая рабочая группа, состоящая из ключевых игроков мира бизнеса, искусства, дипломатии. Эта группа, соединяющая в себе лучших представителей интеллектуальной элиты казахстанского общества, должна быть учреждена под председательством президента страны для согласования стратегических целей и задач, стоящих перед национальным брендом страны, и оценки того, насколько эти цели и задачи достижимы. При этом функционирование такого органа не должно быть исключительно прерогативой властей страны, иначе он будет использоваться лишь в политических целях, в целях пропаганды нынешнего режима. Орган должен быть вне временных и политических рамок.

### Литература

1. Козыбаев С. К., Нода Л. П., Рожков А. В. Журналистика Казахстана. Энциклопедия. – А., 2006. – С. 150.
2. Козыбаев С. Уроки форума национальных средств массовой информации СНГ// Вестник КазНУ. Серия журналистики. – 2009. № 2. – С. 4.
3. [www.caspionet.kz](http://www.caspionet.kz)
4. Ибраева Г. Ж. Mass Media Казахстана в политической структуре общества. – А., 2000. – С. 52.
5. [www.mci.gov.kz](http://www.mci.gov.kz)
6. Ионин Л.Г. Масса и власть сегодня (актуальность Э. Канетти)// Вопросы философии. – 2007. № 3. – С. 37.

7. [www.eastwestcoms.com](http://www.eastwestcoms.com)
8. Шампань П. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики // Socio-Logos'96. Альманах российско-французского центра социологических исследований Института социологии РАН. – М., 1996. – С. 117.
9. Бекболатулы Ж. Идеологический суверенитет и информационная независимость должны стать приоритетной внешнеполитической целью // «Казахстанская правда», 9 июня 1995 г.

Султанова Ш.С.  
Научн. рук. Тахан С.Ш.

### Инвестигейтерство в казахстанских медиа

Телевизионное журналистское расследование давно признано одним из самых трудоемких жанров в журналистике из-за специфики проведения следственных мероприятий. Крайне редки случаи полноценного расследования, проведенного за неделю. Однако на крупных американских телеканалах практиковалась инициативная установка проведения журналистского расследования. Так как есть такие случаи, когда инвестигейтеры проводили свои расследования, придерживаясь одного из типов журналистских расследований – «сторожевой журналистики», более известной в лексиконе как «watchdog journalism». Данный тип подразумевает применение тех же методов работы с информацией, как и во время проведения традиционного, однако чаще все внимание здесь направлено на саму работу системы масс-медиа.

«В качестве «сторожевого журналиста» выступают беспартийные группы активистов, которые стремятся разоблачить неправомерную деятельность политиков, продвигающихся через ангажированные средства массовой информации. Другой вид – это материалы, акцентирующие внимание на политических скандалах, проблемах окружающей среды и защите прав потребителей»[9]. Тем не менее, цена настоящего «острого» материала всегда превышала гонорар инвестигейтера, (от англ. «investigator» – **расследователь**), потому что именно такие публикации создают имидж телеканалу, сказываясь на числе зрительской аудитории и рейтинге.

Необходимость установления подлинных причин различных событий, процессов – вот главная цель журналистского расследования. Для казахстанского макрейкера (от англ.- «muckraker» – «разгребатель грязи») это в первую очередь негативные явления; изобличение негласных пружин расследуемых явлений или раскрытие порочных механизмов совершения преступлений. Однако, в доперестроечное время в казахстанской журналистике по-

нения «журналистское расследование» как такового не существовало, а попытки журналистов найти истину укладывались в понятие «журналистское исследование» [1]. Здесь все объяснялось наличием цензуры и ощущением определенного уровня социального благополучия, особенно в период «застоя». С ослаблением цензуры мир журналистики получил возможность выносить на суд общественности ранее запретные темы, отчего воссоздалось ощущение определенного уровня социального благополучия, когда табу на большую часть тем было снято. Ввиду этого инвестигейтеры были вынуждены заниматься сбором информации, сориентированной на синтез собранных фактов с освещением текущих трендовых проблем общественной жизни, а собранный материал превращался в контент аналитических, проблемных, критических статей и фельетонов. То есть, будучи по своей структуре и содержанию расследованиями, тексты не претендовали на приобретение статуса самостоятельного журналистского жанра. Что позволяло относить публикации и к аналитической журналистике и к художественной публицистике.

В нынешнее время расследовательская журналистика заявляет о себе как о самостоятельном феномене, она имеет свои цели, средства, методы; что дает возможность рассматривать данное направление журнализма как отдельную профессиональную деятельность. И с учетом определения журналистского расследования как особой формы информационного продукта следует отметить важность его перспективности, оценить уровни развития или стагнации этого жанра; рассмотреть основные этапы телевизионного расследования; определить необходимость их трансляции на казахстанском телевидении.

Общеизвестно, что любой журналистский материал начинается с информационного повода, и что чаще всего двигателями расследований служат факты, лежащие на поверхности, конфиденциальные данные, не получившие огласки. Тем не менее, существует ряд возможных сведений, которые могут быть подвергнуты тщательному расследованию журналиста:

- События, происшествия;
- Собственные наблюдения и предположения макрейдера;
- Публикации СМИ;
- Заявления официальных лиц;

- Документы;
- Слухи.

Что касается темы расследования, то целесообразно, что она должна быть интересной, однако не существует четких критериев оценки ее тенденциозности. Поскольку определенные тенденции имеют возможность быть еще и в некотором смысле трендами, выявить тенденции с учетом трендов намного легче, но сложнее определить их долгосрочность, которая в силу вопроса актуальности может не иметь востребованности через какое-то время.

Однако у телевидения есть одна отличительная способность – способность иллюстрировать события на телеэкране. Изображение и текст, который читает ведущий, в единстве позволяют дифференцировать получаемые сведения. В этом журналисту помогает опыт, умение чувствовать своего зрителя, навык улавливать атмосферу общественного настроения, чувство социальной ответственности и интуитивное наитие. Следовательно, необходимо здраво оценивать возможную реакцию аудитории к объектам расследования, например, нужно учитывать деликатность в вопросах устранения стереотипов, так как общество неохотно с ними расстается, особенно когда речь идет о кумирах. На телевидении нет никаких мерок в оценке перспективности темы расследования, кроме этических норм поведения журналиста.

В своей книге «Телевидение: деньги или власть?» Марат Барманкулов прозрачно намекает на продажность телеканалов и их желание «сделать себе имя» за счет самых разных материалов. Конкуренция на медиа рынке уничтожает понятие этики в западных СМИ, капиталистический режим обращает качественный профессиональный журнализм в борьбу, бесконечную борьбу за рейтинги, стирая границы между социальной ответственностью и элементарной наживой. Однако качество теле-материала становится все лучше. Содержание большинства программ преобразовывается и набирает все новые обороты. Пришедшие из Америки стандарты телевизионного журналистского расследования по своей структуре вмещают все самое необходимое: схема мероприятий, сбор и обработка информации, работа с источниками, систематизация собранных данных, формирование доказательной базы, главное интервью, юридическая экспертиза, подготовка материала.

На самом деле, телевидение в Казахстане стало обыденным, однако с учетом сложности работы на нем, среди пишущих журналистов телевизионщики с давних пор снискали «дурную» славу, о чем один ответственный секретарь достаточно прямо сказал следующее: «Пишущий журналист всегда сможет работать на телевидении, а вот телерепортера в газету никто не возьмет» [2], поэтому считается, что главным в работе теле-инвестигейтера является техническая база знаний, потому как техника – суть телевидения.

На телевидении, журналисты не ограничиваются постановкой проблемы и ее исследованием, обычно расследователи предлагают варианты ответов на возникающие вопросы, делают выводы, которые последовательно вытекают из проведенного ими расследования. А собранные факты, комментарии, критические оценки и анализ подталкивают зрителей к верному заключению. Журналисты вовлекают свою аудиторию в процесс изучения реальных в рамках заявленной ими темы, а не просто иллюстрируют свои результаты. Именно наглядность проводимых расследований и прозрачность позволяют зрителю выявлять их эффективность, полноту, объективность и достоверность. Джин Робертс, американский журналист отметил: «Расследование заключается не в том, чтобы застать политика со спущенными штанами или выявить отдельное нарушение закона, а в том, чтобы помочь зрителю в понимании того, что происходит в нашем сложном мире» [3, с. 332].

Однако, существует объяснимый факт того, что включение журналистского расследования в сетку вещания, несколько анонсов о его скандальности, эксклюзивности и сенсационности – беспроблемные способы повышения рейтинга телеканала и автора расследования. Но на казахстанских каналах такая практика не развита. Причина большого зрительского интереса к продукции теле-инвестигейтера кроется в человеческой психике, во врожденной потребности так называемого «подглядывания за кулисами», которую казахстанское журналистское расследование временно удовлетворяет, но не в полной мере, в виду своей неопытности. В казахстанском телевизионном сегменте наличествует определенная грань, объясняемая некоторыми особенностями менталитета. В связи с чем, идет массовый отток зрителей казах-

станского ТВ к российскому контенту. Причиной оттока является повышение зрительского интереса к авторским приемам, например, создание эффекта нарастания напряженности действия. Описывая и группируя факты, российские журналисты последовательно раскрывают новые аспекты темы, и связывает их в единую сюжетную линию, максимально заинтересовывая аудиторию в развязке. Таким образом, журналистское расследование приобретает особенности детективного жанра, где преобразуются уже несколько вариаций журналистского, публицистического, литературно-детективного расследований [4, с. 40].

Телевизионное расследование в силу проблемности отношения его содержания к устоявшимся представлениям об освещаемых общественных реалиях, просто принуждено к тому, чтобы применять весь арсенал выразительных средств языка. Впрочем, избыток речевых средств выразительности вынуждает теле расследователя к его профессиональному использованию: главной изюминкой любого теле расследования будет большое количество интервью с участниками событий, потому как все, что они скажут сами, будет гораздо достоверней ЗКТ (закадрового текста). Стоит отметить, что среди современных приемов формирования сюжетной интриги в расследовательской журналистике наиболее востребованными считаются общетекстовые эффекты, то есть преднамеренное забегание вперед. Например, в документальном фильме ВВС Бена Зенда (Ben Zend) «Kazakhstan Dictatorland» («Казахстан земля диктатора», о деятельности президента Казахстана – Нурсултана Назарбаева [5]. Прежде чем ввести зрителя в мир творящегося беззакония и преступности в стране, журналисты сообщили о том, что при создании фильма съемочная группа была задержана представителями власти, однако изъять материал им не удалось. Фильм успешно вышел, однако доступа к нему у граждан Казахстана нет и может не появиться. И после появления таких сообщений, как аудитория не проявит интереса к материалу, который запрещен? Но в случае с президентом Казахстана ни одна соседняя страна не использовала этот фильм как оправдание портящимся отношениям с той же Республикой Кыргызстан, как было в случае с Белоруссией и Россией, когда вышедший фильм на телеканале «НТВ» вышел только благодаря разрешению Российской Федерации. Потому что оценка ряда экспертов проведен-

ного расследования была следующей: фильм был транслирован по указанию руководства России. Фильм был продемонстрирован в контексте ухудшившихся отношений между российским руководством и Лукашенко. В частности, корреспондент испанской газеты El País Пилар Бонет писала, что «Кремль использовал телевидение, чтобы оскорбить белорусского президента и выдвинуть в его адрес серьезные обвинения» [6, с. 20]. Такого мнения придерживались и другие СМИ.

На основании данного факта можно сделать вывод, что популярность жанра расследования на телевидении способна вызывать обратный эффект: в эфир выходят материалы с оттенком «желтизны», а также расследования, поддавшиеся «заказу», которые имеют спрос из-за большого внимания аудитории. Именно по этим причинам, ограниченное количество казахстанских инвестигейтеров (их число значительно сократилось на телевидении) расследуют острые социальные противоречия и проблемы. Эта ситуация объясняется тем, что риск для теле-инвестигейтера слишком велик, а вероятность выхода в эфир низкая, как например, то, что произошло с сюжетом программы «Черный квадрат». Поэтому освоение творческого потенциала жанра продолжается благодаря неравнодушным журналистам-расследователям.

К сожалению, количество программ, посвященных расследованиям, где главными персонажами выступают политические деятели, в казахстанском сегменте идет на убыль из-за закрытой политики страны и контроля медиа. Из негласного перечня допустимых программ можно, например, назвать такую как «Алданба» – телепроект, посвященный способам так называемого «отъема» денег у граждан, а рамках телепередачи проводится мини-расследование о различных видах мошенничества. Однако, можно также найти передачи с элементами детективного расследования, которые привлекают внимание аудитории, но их продолжительность очень короткая из-за низких рейтингов, большая часть аналитико-расследовательских программ закрылись. Например, программа «Было дело», является отчасти постановочно-документальным проектом с элементами ретро-детектива.

Отличительной чертой всех телепередач на телевидении Казахстана можно назвать принцип ранжирования новостей. То есть основной составляющей является событийный блок, в котором

представлен анализ события, а также его изложение в форме репортажа или постановочной сцены, где рассматриваются социально-значимые мероприятия.

В качестве способа привлечения аудитории программы меняют тематику и способы вещания, часто меняют ведущих, что зачастую приводит к обратной реакции. Потому как не все журналисты способны персонифицировать информацию на телевидении так, чтобы сама программа ассоциировалась с образом лидера мнения этой передачи, которая теряет смысл без его участия. В данном случае смена авторского состава может повлечь к утрате зрительской аудитории. Казахстанским журналистам расследователям стоит задуматься над содержанием своих программ, с учетом не только потребностей аудитории, а и с точки зрения современных требований к сюжетированию теле материала. Предпочтительна, по нашему мнению, такая структурная организация сюжета, когда при обсуждении общественно значимых вопросов опираются на событийный репортаж, а не на «мозговой штурм» со скучными и пресными шаблонными выражениями вроде уже снятой с эфира программы «Час Бендицкого» или программы на телеканале КТК «Министерство правды», где телепублицистика миксуется с жанром расследования. Программа на КТК нацелена на поднятие вопросов о качестве еды, безопасности жилья, взаимоотношениях, наркотиках и некоторых национально-культурных тем, табуированных тегом «уят».

В данном случае, именно событийные репортажи могут дать возможность зрителю увидеть, насколько точно отображают действительность инвентивейтеры в программе. Этот вид построения телевизионной передачи порождает в зрителе доверие и отсюда высокие рейтинги.

В заключение отметим, что жанр журналистского расследования предполагает всестороннее и подробное изучение темы, в работе над которой макреикерам приходится преодолевать трудности с правительственными структурами, в связи с оглаской острых проблем. Казахстанская телевизионная расследовательская журналистика сама по себе сужает широкое понятие журналистского расследования, которые проводят во Франции, Южной Кореи, Америке или Китае, невзирая на разные страхи и отсутствие гарантий безопасности журналистов. Казахстанская

журналистика все еще в поиске своей классической формы, но уже сегодня можно наблюдать, что большая часть журналистов связывает многие события в логические цепочки, приравнивая происходящие события к проблемам в «верховой» власти. Как говорил Марат Барманкулов, талантливый журналист сумеет сделать блестящий материал, а значит, у расследователей журналистов страны есть все шансы выйти на новый уровень влияния на общественное мнение как «четвертая власть», обличающая все пороки преступности Казахстана.

Основное отличие журналистского расследования как жанра заключается в том, что автор не ограничивается постановкой проблемы и ее исследованием. Инвестигейтер предлагает варианты ответов на эти вопросы, выводы, которые вытекают из его работы. Так как значимость журналистских расследований для общества объясняется самим характером этого вида деятельности, которая наиболее ярко может охарактеризовать журналистику как средство социального контроля, борьбы с социальной язвой: коррупцией, поразившей современное казахстанское общество. Так же журналист призван помогать и поддерживать граждан в их ущемленных интересах и формировать политическую культуру. Именно в этом лежит основа расследовательской журналистики [7].

Следует добавить, что журналистское расследование способно появиться в СМИ исключительно по инициативе автора, в котором сильно желание бороться за правду и справедливость, именно с помощью инвестигейтеров этот жанр в журналистике всегда будет востребован и интересен.

### Литература

1. Интернет ресурс ЖР на телевидении: <http://mirznanii.com/a/46700/zhur-nalistskoe-rassledovanie-na-televidenii/>
2. Лекционный материал по теме: «Телевизионная специфика журналистского расследования»
3. Константинов А.Д. Журналистское расследование. История метода и современная практика. СПб., 2003. – 332 с.
4. Справочный материал: Телевизионная журналистика / под ред. Кузнецовой Г.В., М., 2008. – 40 с.
5. Интернет ресурс: Официальный сайт британского телеканала BBC news <http://www.bbc.co.uk/programmes/p04xl7vw> //

6. Гуревич С.М. Репортаж в газете. М., 2011. – 3-32 с.
7. Интернет ресурс: Журналистское расследование как жанр: телевизионная специфика //[http://gabrio.ru/zhurnalistskoe-rassledovanie-kak-zhanr-televizionnaya-specifika/#\\_Тoc295112751//](http://gabrio.ru/zhurnalistskoe-rassledovanie-kak-zhanr-televizionnaya-specifika/#_Тoc295112751//)
8. Научная работа Д.В. Неренц, 2013 – <http://naukarus.com/zhurnalistskie-rassledovaniya-v-ssha>

Фрюхауф Д.

**Революция духа как философия и источник жизни**  
*(на примере биографии и медиального творчества*  
*В. Маяковского)*

Владимир Маяковский, один из великих поэтов двадцатого века, который сделал революцию не только в литературе, благодаря своему новаторскому языку, но и в жизни общественности, поднимая национальный дух и призывая людей бороться за свободу мысли, за свободу слова и свободу выбора. Всем сердцем жил поэт революцией. В строках его стихов можно увидеть человека, который дышал и видел, чувствовал и жил по-настоящему, что значит, впитывал в себя, как губка, все происходящее и не только не оставался равнодушным, но и старался бороться за свою страну, за свой народ и за справедливость. Он поднимал массы и вносил в эти массы уверенность в себе, отчаянное желание противостоять. Революционно настроенный, он трогал людей своим словом. Делал он это таким образом, что, казалось, не оставалось равнодушных.

Еще будучи в возрасте 12 лет, Маяковский восторженно вовлекается в происходящие события 1905 года в Грузии, на родине Маяковского. Во время русско-японской войны родной для поэта город Кутаис стал «центром антиправительственных демонстраций, митингов, забастовок в Западной Грузии» [1]. Старшая сестра Владимира привезла из Москвы записки с революционными текстами. Уже тогда написал Маяковский, что ему это «нравилось: очень рискованно. Это была революция, это было стихами. Стихи и революция как-то объединились в голове» [1]. Согласно источникам музея Маяковского в Москве, будучи еще подростком, «вовлекается Маяковский в водоворот революционных событий» [1]. Не понимая многих слов, впитывает сердце еще юного мальчика все, не оставаясь ни на секунду равнодушным.

А в возрасте 15-ти лет поэт уже был арестован за «причастность к деятельности подпольной типографии» [1]. Так как у него

обнаружили 70 экземпляров различных революционных газет. В поле зрения полиции и даже в тюрьме оказывался Маяковский позже не раз. Но это не могло его остановить. В 1912 году происходит первое публичное выступление поэта о современном искусстве. О котором позже откликнулся А. Крученых: «Маяковский прочел лекцию о том, что искусство соответствует духу времени, что, сравнивая искусство различных эпох, можно заметить: искусства вечного нет – оно многообразно, диалектично. Он выступал серьезно, почти академически» (А. Крученых, 1932) [1].

Именно таким и был Маяковский – представителем своего времени, времени беспокойного и полного несправедливости: «Только мы — лицо нашего Времени. Рог времени трубит нами в словесном искусстве. Прошлое тесно. Академия и Пушкин непонятнее иероглифов (Альманах «Пощечина общественному вкусу» (изд. Кузьмина) [1].

В этом же году знакомит Владимир со своим творчеством Д. Бурлюка, известного русского поэта, которого Маяковский считал своим другом: «Бурлюк сделал меня поэтом» (В. Маяковский «Я сам») [1]. В этих стихах сомневался сам Владимир, но друг уже тогда назвал его гениальным поэтом. В 1912 году публикуется Маяковский впервые, а 1913 год знаменуется публикацией его многих стихов. Как отмечает позднее В. Брюсов: «Справедливость заставляет нас, однако, говорить **то, на что мы уже указывали раньше: больше всего счастливых исключений мы находим в стихах, подписанных „В. Маяковский“**. У г. Маяковского много от нашего „крайнего« футуризма, но есть свое восприятие действительности, есть воображение и есть умение изображать» (В. Брюсов. Русская мысль. 1914, № 5) [1].

Маяковский был представителем футуризма. Об этом направлении можно было бы упомянуть словами М. Горького, который видел преимущество футуристов в следующем: «В нашей крови «неприятие мира», мы не активны, мы не умеем любить жизнь. У нас даже есть теории неприятия мира. А футуристы принимают жизнь целиком. [...] Не нравится жизнь, сделайте другую, но мир принимайте, как футуристы» [1]. Маяковский принимал жизнь и был живым. Своими стихами он пробуждал что-то живое, первозданное, свободное в нас, ту силу, которая движет нами и помогает добиться высот.

Маяковский пишет:  
*Восторжен до крика,  
тревожен до боли  
я тоже  
в бешеном темпе галопа  
по меди слов языком колоколил,  
ладонями рифм торжествующе  
хлопал [2].*

Маяковский был знаком со многими известными поэтами и писателями, которые восхищались им, такими, как Б. Пастернак, В. Мейерхольд, А. Блок, С. Есенин и другими. В определенный момент опубликованных стихов было так много, что поэт «сделал первую попытку собрать воедино стихи, разбросанные ранее по сборникам и тощим брошюрам. И теперь уже ясна стала и значительность Маяковского как поэта, и его место в современной поэзии. Поэт города – со стороны содержания, поэт гиперболы – со стороны приема» (Д. Выгодский, 1917) [1]. Но также было много работ, которые не были «пропущены военной цензурой», как он позже сам об этом отзывался: «Не могут быть напечатаны по не зависящим от редакции обстоятельствам» [1].

Согласно источникам, Маяковский был «неистовым и непримиримым. [...] Он требовал революционных выступлений, открыто и смело провозглашал принцип свободы» (Русская воля. 1917, 22 марта) [1].

Строки из его стихов – лучшее доказательство этому:

*Граждане!  
Сегодня рушится тысячелетнее «Прежде».  
Сегодня пересматривается миров основа.  
Сегодня  
До последней пуговицы в одежде  
Жизнь переделаем снова.  
[...]*

*Пусть толпы в небо вбивают топот!  
Пусть флоты ярость сиренами вырычут!* [3, с. 134-140].

Несмотря на то, что Маяковский был поэтом двадцатого века, перечитывая его стихи сегодня в двадцать первом, представляются они все еще актуальными, потому что эти строки, за счет их глубинной яркости и остроты языка, вечны. Маяковский выступал со своей феноменальной речью очень часто в различных

университетах и музеях. После одного такого выступления о нем следующим образом отзывались современники, такие, как А. Чичерин и С. Спасский: «[...] После символистов Маяковский является самым крупным поэтом России, потому что он говорит свое, неожиданно новое слово» (А. Чичерин, 1939); «Человек – сейчас тема самая важная. Поиски Маяковского – поиски новой человеческой правды» (С. Спасский, 1940) [1].

Стоит отметить, что Маяковский был талантлив не только в стихах, но и в редакторской деятельности, а также в киноиндустрии и в живописи. Под его авторством были опубликованы многие декларации и заметки революционного характера. Он также писал сценарий для кинофильма по роману Джека Лондона «Мартин Иден» и снимался в этом фильме, а также во многих других, в главной роли [1]. А его работу в российском телеграфном агентстве можно назвать поистине плодотворной. В период с 1919 по 1922 года «были сделаны рисунки для 400 с лишним плакатов и для более 600 плакатов написаны тексты» [1].

Владимира Маяковского не раз обвиняли в том, что он никакой не революционер и что он работает на власть, а не для народа: «Сто пятьдесят миллионов говорят губами моими» – так начинает свою книгу Вл. Маяковский. Мы начнем с того, что мы в этом...глубоко сомневаемся. У ста пятидесяти миллионов населения сов. России достаточно своих губ, чтобы говорить о себе...революции Вл. Маяковский не понимает и понять не может» (В.Ф. Плетьев. Красная новь. 1921, № 2) [1]. Но существуют многочисленные факты, опровергающие данное утверждение. Маяковский не только осуждал некоторые действия тогда существующей власти, но и призывал к действию. Как подтверждение этому можно считать выступление Маяковского на вечере всех поэтических школ и групп в Политехническом музее. «Шершеневичу приходится слезать со стола, куда, в свою очередь, взбирается Маяковский. Но вместо футуристических откровений он заявляет, что считает сегодняшний вечер пустой тратой времени, в то время как в стране разруха, фабрики стоят, и что лучше было бы создать еще один агитпункт (агитационный пункт), чем устраивать этот вечер» (Руль (Берлин). 1921, 3 ноября) [1].

Поэт старался не только словом, но и делом помочь народу. В 1922 году после его выступления на вечере «Поэты – голода-

ющим» «была собрана значительная сумма, которая вместе с пожертвованиями присутствующих поэтов составила 16 миллионов рублей, здесь же переданных члену комиссии Помгола» (Вечерние известия. 1922, 6 марта) [1].

В этом же году «в журнале «Вещь» (Номер 1-2, Берлин) напечатано стихотворение «Приказ номер 2 армии искусств» [1]:

*Товарищи,  
дайте новое искусство – такое,  
чтобы выволочь республику из грязи.* [1].

К несправедливостям почти каждого вида искусства оставался Маяковский равнодушен. В журнале «Кино-фот» (Номер 4) было напечатано [1]:

*Для вас кино – зрелище. Для меня – почти мирозерцание...  
Но кино – болен... ловкие предприниматели водят его за ручку по улицам. Собирают деньги, шевеля сердца плаксивыми сюжетцами. Этому должен быть конец. Коммунизм должен отобрать кино у спекулятивных поводырей* (В. Маяковский. «Кино и кино») [1].

Можно много приводить примеров осквернения поэта его соотечественниками. Быть может, именно это, как и многое другое, стало причиной его самоубийства в 1930 году. Но одно остается ясным – Маяковский был великим поэтом, который душу свою положил на строки и остался в памяти общества отчаянным революционером, талантливым революционером, благодаря которому как минимум в разумах людей происходили и продолжают происходить революции. Подытожить хотелось бы следующими словами великого поэта:

*Я хочу быть понят родной страной,  
а не буду понят –  
что ж?!  
По родной стране  
Пройду стороной,  
Как проходит косой дождь.* («Домой», 1925) [1].

### Литература

1. Государственный музей В.В. Маяковского. Биография. 1930 – 2017. URL: <https://muzeimayakovskogo.ru/mayakovsky/biography/> (25.01.2018).

2. Маяковский В. В. Стихотворения, поэмы, агитлубки и очерки 1922-1923. – Директ-Медиа, 2014.
3. Маяковский В. В. Революция: (Поэтохроника). Полное собрание сочинений: В 13 т. / АН СССР. Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. М.: – Гос. изд-во худож. лит., 1955-1961. Т. 1. Стихотворения, трагедия, поэмы и статьи 1912-1917 годов / Подгот. Текста и примеч. В. А. Катаняна. – 1955.

**Фрюхауф Д.**

**Революция духа как философия и источник жизни** (*на примере биографии и медиального творчества В. Маяковского*)

**Аннотация.** В статье представлен историко-культурологический анализ биографии и творчества Владимира Маяковского. Работа выполнена в жанре научного исследования.

**Ключевые слова:** историко-филологический анализ, литературное творчество, поэзия, эстетические нормы.

**Frjuhauf D.**

**Revolution of the spirit as a philosophy and source of life** (*on the example of the biography and creativity of V. Mayakovsky*)

**Abstract:** The article presents the historical and cultural analysis of the biography and creativity of Vladimir Mayakovsky. The work is done in the genre of scientific investigation.

**Key words:** historical and philological analysis, literary creativity, poetry, aesthetic norm.

**Фрюхауф Д.**

**Рухты философия мен өмір көзі ретінде өзгерту** (*В. Маяковскийдің өмірбаяны мен шығармашылығының мысалында*)

**Андапта:** Мақалада Владимир Маяковскийдің өмірбаяны мен шығармашылығының тарихи-мәдени талдауы келтірілген. Жұмыстар ғылыми зерттеу жанрында жүргізіледі.

**Түйін сөздер:** тарихи-филологиялық талдау, әдеби шығармашылық, поэзия, эстетикалық нормалар.

Шабденова А.Б., Веревкин А.В.

### **Трансформация функций современной семьи и монородительство**

Многие современные ученые констатируют наличие активных и отчасти необратимых процессов трансформации семьи как социального института. Однако, этот неоспоримый факт не означает простого, отчасти декларативного утверждения, что семейные ценности перестали превалировать в общественном сознании или, что моногамная семья уже не составляет основу социальной структуры общества. Все значительно сложнее. Трансформационные процессы внутри семьи носят латентный характер, связаны с экономическими и политическими процессами, а также опосредуются особенностями культурной среды.

В целом можно отметить, что в настоящее время включенность в семью перестала быть необходимым фактором комфортного существования личности на духовном и физическом уровне. Постепенно получая относительную независимость от семьи подрастающее поколение закрепляет видоизмененный характер восприятия семейных отношений, даже при сохранении приоритета семейных ценностей. Более значимыми становятся не родственные, объективно заданные отношения, а личностно ориентированные, основанные на свободном выборе. В наши дни отказ от традиционного требования к семье в его однозначной последовательности: брачность, сексуальность, прокреация (рождение, появление на свет) – уже не считается нарушением социокультурных норм (рождение ребенка вне брака, сексуальные отношения до брака и т.д.).

Специалисты в области психологии отмечают, что многие современные женщины не воспринимают материнство как исключительно брачный атрибут [1]. Встречается позиция, согласно которой рождение ребенка воспринимается как помеха супружеству, или наоборот для рождения детей не только не является обязательным регистрацией брака, но и наличие мужа не обязательно. Возможность такой позиции отчасти подтверждают и результаты

соответствующих социологических исследования, фиксирующие данную точку зрения в ответах на вопрос о том является ли вступление в брак обязательным условием для воспитания детей [2]. Появилась социокультурная нормативная система – прокреативная этика: заключение брака желательно, но необязательно; рождение детей важно и желательно, но бездетность вовсе не нарушение социальных норм, а лишь личностный выбор; сексуальная жизнь вне брака не только не запрещена (греховна – в образах религиозного сознания), но и не осуждается в общественном сознании.

При описании искомых явлений в научной литературе сосуществуют различные понятия, в том числе «неполная семья» и «моно-родительская семья». Более точным термином во многих случаях является «монородительская семья», как фиксирующий основную характеристику данного типа семьи – наличие детей и присутствие одного из родителей.

Для анализа проблем монородительства в современном казахстанском обществе большое значение имеет исследование корреляционных зависимостей между распределением социально-экономических и гендерных ролей в семье и результативностью и качеством семейного воспитания.

Специалисты часто подчеркивают, что нельзя делить функции семьи на главные и второстепенные, все семейные функции – главные, однако необходимо указать среди них на те особые, которые позволяют отличить семью от других институтов, что приводит к выделению специфических и неспецифических функций семьи. К специфическим функциям семьи относятся рождение (репродуктивная функция), содержание детей (экзистенциальная функция) и воспитание детей (функция социализации) и остаются при всех изменениях общества, хотя характер связи между семьей и обществом может изменяться в ходе истории.

Неспецифические функции семьи связаны с накоплением и передачей собственности и статуса, организацией производства и потребления, домохозяйства, отдыха и досуга, с заботой о здоровье и благополучии членов семьи, с созданием микроклимата, способствующего снятию напряжения и самосохранению. Экономическая функция, будучи неспецифической функцией семьи, занимала ведущее положение в течении нескольких столетий, по-

этому семейные изменения заметнее всего обнаруживаются при сравнении неспецифических функций на разных исторических этапах.

Для патриархальной семьи, развитие которой происходило практически на всем протяжении исторического развития характерен определенный тип гендерных ролей, четкое разделение функций внутри семьи, и в первую очередь хозяйственных ролей.

Интересные стадии развития нуклеарной семьи выделены в работе Абраменкова В.В. [3]. В соответствии с положением архетипического семейного треугольника можно было бы выделить три основные стадии эволюции нуклеарной семьи:

I стадия – патриархальная – характеризуется главенствующим экономическим и социально-психологическим положением отца как господина и кормильца чад и домочадцев, «лидера» семейной малой группы («родительство»).

II стадия характеризуется преобладанием ценностей «супружества» как относительного равенства мужа и жены при отсутствии социального статуса или низким статусом ребенка

И, наконец, III стадия – «ребячество» в буквальном значении этого слова, где на вершину архетипического треугольника помещается дитя, именно оно становится психологическим центром семьи, главным заказчиком и потребителем всяческих благ.

Далее рассмотрим общепринятые в научной литературе жизненные циклы семьи и основные воспитательные функции.

Семья как социальный институт проходит ряд этапов, последовательность которых складывается в семейный цикл или *жизненный цикл семьи*. Исследователи выделяют различное количество фаз этого цикла, но главными среди них являются следующие [4, 5]:

- 1) вступление в брак – образование семьи;
- 2) начало деторождения – рождение первого ребенка;
- 3) окончание деторождения – рождение последнего ребенка;
- 4) вступление в брак и выделение из семьи последнего ребенка;
- 5) прекращение существования семьи – смерть одного из супругов.

Основные периоды развития семьи и функции членов семьи.

Охарактеризуем более подробно данные циклы с позиции дифференциации функций ребенка и родительских функций.

Этап формирования семьи может быть обозначен как осознание партнерских отношений, и включать, например, распределение времени между домом и работой, выработку порядка принятия решений и т.д. С точки зрения анализа монородительства именно в этот период может в некоторых случаях формироваться мотивация к сознательному «одиному материнству».

Этап ожидания и рождения ребенка, включает подготовку к материнству и отцовству, изменение стиля жизни, распределение новых обязанностей по дому и уходу за ребенком, заботу о потребностях ребенка. Положение ребенка в этот период крайне зависимое, он нуждается в постоянной заботе со стороны родителей и, прежде всего, матери. В данный период появление монородительских семьи обусловлено чаще всего одной из следующих ситуаций – рождение ребенка в результате запланированной или незапланированной беременности вне брака.

Следующий этап, который можно определить как «семья с ребенком дошкольного возраста». В данный период в приоритете любой семьи – развитие интересов и потребностей ребенка, распределение обязанностей и ответственности между родителями в постоянно меняющихся ситуациях. В тоже время присутствуют и негативные факторы – хроническая нехватка времени, привыкание к значительным материальным затратам, возрастание нагрузки обоих родителей и т.д. Именно в этот период монородительские семьи сталкиваются с наиболее острыми экономическими и социальными трудностями.

Семья школьника. Для ребенка это следующий этап социализации, осознание себя как личности, включение в группу сверстников и т.д. Для родителей (а в нашем исследовании одинокой матери или отца) – это дальнейшее развитие взаимоотношений в семье, передача ответственности и свободы действий ребенку по мере взросления и развития его самостоятельности и постепенная подготовка к новому периоду жизни семьи. Можно отметить, что одинокая мать в этот период при благоприятных условиях может стать более независимой экономически, стабилизировав тем самым финансовое благосостояние семьи. Но на первый план выдвигаются социальные, духовные вопросы – поддержка открытости во взаи-

моотношениях между разными поколениями в семье, воспитание взрослых детей на достойных образцах, в первую очередь на собственном примере – взрослой женщины, жены, матери (взрослого мужчины, отца), понимание и принятие индивидуальности ребенка, доверие и уважение к нему как личности.

Семья с взрослым ребенком уже не полностью вписывается в проблематику монородительства, поскольку для определенного возраста вдовство, в частности, более естественно; а разводы встречаются реже – об этом говорят объективные демографические коэффициенты. С другой стороны, именно в этот период монородительская семья может трансформироваться, например, в расширенную традиционную семью, включающую выполнение «новой» роли – бабушки и дедушки.

Социологические исследования монородительских семей выделяют различные причины появления феномена монородительства в двух основных типах семей: материнских и отцовских.

В привычной нам культурной среде материнство – одна из главных ипостасей женского стереотипа, а социальные характеристики материнской роли очерчены гораздо четче, чем отцовской, и ей приписывается большее значение, например, в плане первичной социализации. Кроме того, различие отцовства и материнства и специфический стиль отцовства зависят от множества социокультурных условий и существенно варьируют от культуры к культуре.

Первичную типологизацию монородительских семей возможно выстроить, отталкиваясь от причин их формирования в соответствии с условными типами матерей и отцов:

1) Абыюзивный тип – женщины и мужчины, лишенные родительских прав;

2) Эгоцентристский тип представлен женщинами и мужчинами, сознательно покидающими семью либо мужчинами, отказывающимися от воспитания детей вне брака;

3) Компульсивный тип – включает женщин и мужчин, по вынужденным обстоятельствам оказавшихся изолированными от семьи;

4) Провиденциальный тип (супруги, по разным причинам ушедшие из жизни, что приводит к образованию одиноких матерей-вдов и отцов-вдовцов).

5) Неотрадиционалистский тип – женщины, предпочитающие сознательное рождение ребенка вне брака, как реализацию социально-семейной функции без необходимости связывать себя какими либо обязательствами. К этому типу также могут быть отнесены мужчины, прибегающие к услугам суррогатного материнства или усыновившие ребенка (детей).

В заключении можно отметить, что урбанизация также изменила уклад и ритм жизни, что повлекло за собой изменение и семейных отношений. Городская семья, не обремененная ведением большого хозяйства, ориентированная на самостоятельность и независимость, перешла в следующую фазу своего развития. На смену патриархальной семье пришла нуклеарная. Это фактор необходимо учитывать, поскольку монородительство в патриархальной семье может носить скорее условный характер, не обретая выраженных социальных и экономических следствий. Так, по типу проживания семья подразделяется на патрилокальную, матрилокальную, неолокальную и унилокальную. Матрилокальный тип характеризуется проживанием семьи в доме жены. Наиболее длительное время был распространен патрилокальный тип, при котором жена после замужества поселялась в доме мужа. Нуклеарный тип брачных отношений находит отражение в стремлении молодых супругов/родителей жить самостоятельно, отдельно от родителей и других родственников. Такой тип семей называют неолокальным. Для современной городской семьи характерным типом семейных отношений можно считать унилокальный тип, при котором супруги проживают там, где есть возможность совместного проживания, в том числе снимая жилье в наем.

В тоже время слабая социальная защищенность, материальные трудности, испытываемые семьей в настоящее время, привели к формированию такого типа семьи как «бездетной». Этому способствует и тот факт, что современные браки во всем мире «постарели». Средний возраст вступающих в брак за последние 10 лет постепенно увеличивается как среди женщин, так среди мужчин. Тенденция, характерная для западных стран, создавать семью, решив профессиональные, материальные, жилищные и др. проблемы, наблюдается, по мнению ученых, и в странах СНГ, в том числе в Казахстане.

Статистические данные Комитета по статистике Министерства Национальной Экономики РК свидетельствуют и о росте числа монородительских семей в целом в Казахстане. Их причины типичны – рост числа разводов и числа внебрачных рождений, смертность мужчин трудоспособного возраста. Все это указывает на необходимость постоянного мониторинга социально-экономических условий существования монородительских семей как значительного сегмента социальной структуры современного казахстанского общества.

### Литература

1. Гурко Т.А. Родительство в изменяющихся социокультурных условиях // Социс, 1997.- №11. – С. 72-79.
2. Ахметова Л.С., Вережкин А.В., Лифанова Т.Ю. Отцы и дети: проблемы и перспективы. – Алматы: Типография «ИП Волкова», 2010. – С. 100-180.
3. Абраменкова В.В. Эволюция семьи России и социальная психология детства. – М., 2007.
4. Шнейдер Л. Б. Психология семейных отношений. Курс лекций. – М., 2000
5. Антонов, А.И. Микросоциология семьи / А.И. Антонов. – М.: Инфра-М, 2005. – 368 с.
6. Рашитова, Л.К. Городская монородительская материнская семья: автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. социол. наук / Л.К. Рашитова. – Уфа, 2011. – 26 с.

Штек Ю.

### О цюрихской выставке «Взятие Зимнего дворца»: медальные заметки

В 2017 году в Цюрихе была выставка под названием «Взятие Зимнего дворца». Профессор славянского семинара университета Цюриха Сильвия Зассе ее организовала, выставка длилась с 24 сентября по 25 октября 2017 года. Если задуматься сегодня об Октябрьской революции, встает следующая картина перед глазами: 3000 человек Красной гвардии берут штурмом Зимний дворец, в котором до февраля 1917 года жил царь. На самом деле, Октябрьская революция произошла ни в боях, ни кровопролитно, и совершенно иначе, чем мы о ней знаем из фильмов или рассказов. О реальных событиях можно прочитать в книге *«Десять дней, которые потрясли мир»* (1919) американского репортера Джона Рида, который является свидетелем этого события. Он не заметил ничего необычного. В своем дневнике Рид написал, что в этот вечер люди гуляли на Невском проспекте. День после Октябрьской революции он описывает следующим образом: «Магазины были открыты, толпа на улице, кажется, даже меньше переживает, чем в последние дни.» А также в статьях газеты *«Петроградская правда»* не говорилось о революции, а о путче.

Не было никаких боев, так как Красная гвардия уже захватила все важные места города, и в это время министр-председатель временного правительства Александр Керенский отправился в бег.

Откуда имеем мы тогда представление о более героической и кровопролитной сцене?

В 1920 году был трёхлетний юбилей Октябрьской революции, и Николай Евреинов инсценировал взятие Зимнего дворца. Евреинов учился на юриста, но он всегда занимался театром. Он писал много о теории театра и его считают гением театра. Политика не интересовала его, поэтому он в 1917 году уехал в Грузию. Летом 1920 года он вернулся и 7 ноября 1920 года в 10 часов вечера поставили его спектакль.

Там были две сцены, белая и красная: на белой сцене играли министры, среди которых был Керенский, а также чиновники и банкиры-спекулянты. Все было очень карикатурно и с первого взгляда было видно, что они играли нарочно плохо. В это время на красной сцене все выглядело совсем ненаигранно. Многие актеры были реальными участниками Октябрьской революции, ветеранами войны. Чтобы актеры не только играли, а на самом деле чувствовали себя, как во время Октябрьской революции, Евреинов сказал им: «Время статистов прошло. Помните, товарищи, что вы вовсе не статисты. Вы артисты!»

Он хотел, чтобы потом вспоминали о революции вот так, как показывает его театр. Театр снимали на камеру, чтобы показать его по всей стране. В середине площади толпа берет штурмом дворец, а справа от площади мы видим на площади зрителей, которые смотрят постановку.

Слева находилась башня, в которой сидели 8 режиссеров. Они управляли инсценировкой через рацию и сигнализацию. Еще играл оркестр из пятисот человек песню «*Robespierre*». Этим они хотели показать параллель между взятием Бастилии во французской революции в 1789 году и Октябрьской революцией.

Очень много людей участвовали в театре: 10 тысяч статистов, 8 режиссеров, 500 человек в оркестре и еще 100 тысяч зрителей были там. Может быть, некоторые из нас уже увидели фотографию, похожую на эту, когда-нибудь в учебнике по истории как «исторический документ» Октябрьской революции. Но этот «исторический документ» отретушировали: убрали башню режиссеров и зрителей справа. Они это сделали невнимательно: можно увидеть серые пункты, где раньше были зрители и башня.

Но самое явное доказательство этой ретуши – советская звезда на дворце. Они забыли ее отретушировать. Вот эта фотография сегодня еще можно найти в многих учебниках по истории по всему миру, хотя она не показывает оригинальное взятие Зимнего дворца, а лишь инсценировку Евреинова. Так, как в 1927 году был десятилетний юбилей Октябрьской революции, режиссер Сергей Эйзенштейн снял фильм «*Октябрь*». Во первых кадрах сообщается, что все события изображены по истории. В фильме действительно показывают все 8 месяцев до революции правдиво и по хронологии, только взятие Зимнего дворца само придумали.

Так же, как и в спектакле Евреинова, издевались и в фильме над козаками, которые не защищали дворец, а сдались, и над министрами. Есть определенное сходства фильма с театром: Эйзенштейн, снимая фильм, опирался на инсценировку Евреинова.

Подводя итог, хотелось бы упомянуть, что Евреинов изменил историю в памяти многих людей своей инсценировкой. Он это делал специально: он хотел, чтобы люди думали об Октябрьской революции, как о большом событии. Он знал, что это было не так, потому что в эту ночь 7 ноября он играл на пианино в Петроградском театре, значит он знал бы, если бы взятие Зимнего дворца произошло. Так как и Петроградский театр и Зимний дворец находятся в Санкт-Петербурге. Для него был важен «театральный эффект», театр, но не история.

Революция, в которой на самом деле не принимало участия так много людей, выглядела в постановке Евреинова масштабной. Таким образом, на примере инсценировки Евреинова видно, что революция может быть создана режиссером театра, который изображает ее гораздо иначе, чем она была на самом деле. И самое интересное в этом то, что он таким образом влияет на историю.

Вспоминая сегодня об этом событии, появляется у нас перед глазами часто именно кадр постановки Евреинова.

### Литература

1. Ausstellung *Sturm auf den Winterpalast*, Gessnerallee Zürich.
2. Burenina-Petrova, Olga / Ochrimovskaja, Marina: „Vzjate zimnego dvorca« pokazali v Cjuriče, in: Klub Kryl'ja, 4.10.2017 <<https://schwingen.net/2017/vzjate-zimnego-dvorca-pokazali-v-cju/>> [Stand: 18.1.18]
3. Neidhart, Christoph: Die russischen Fake-News, in: Neue Zürcher Zeitung, Zürich 21.10.2017, S. 37-38.
4. Sasse, Sylvia: Das Verschwinden des Theaters. Wie sich eine Retusche am Bild der Oktoberrevolution als politische Allegorie lesen lässt, in: Neue Zürcher Zeitung, Zürich 28.10.2017, S. 48-49.

### Штек Ю.

**О цюрихской выставке «Взятие Зимнего дворца»: медиальные заметки**  
**Аннотация:** В небольшой статье представлено историческое расследование по конкретному событию. Произведенный анализ реконструкции октябрьского события имеет медиальное значение.

**Ключевые слова:** инсценировка, история, медиальный анализ.

**Shtek Ju.**

**About the Zurich exhibition «Taking the Winter Palace»: medial notes**

**Abstract:** A small article presents a historical investigation of a specific event. The analysis of the reconstruction of the October event is medial.

**Key words:** staging, history, medial analysis.

**Штек Ю.**

**Цюрихтегі «Қысқы сарайды алу» көрмесі туралы: медиа-жазбалар**

**Андапта:** Кішігірім мақалада белгілі бір оқиғаны тарихи зерттеу. Қазан оқиғасын қайтадан талдау медиальдық болып табылады.

**Түйін сөздер:** қойылым, тарих, медиальдық талдау.

## Глава V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ

Ахметова Л.С.

**Лукьянец Иван Куприянович.**  
**Ректор КазГУ имени С.М. Кирова 1940-1947 гг.**

С Иваном Куприяновичем мне довелось сначала познакомиться, когда я приходила к ним на кафедру, а потом уже и поработать на одной кафедре несколько лет. Это был грузный, большой человек на костылях. Немногословный. Всегда бывший как бы в сторонке. Тем не менее, к нему все относились с почтением и уважением. Старшее поколение с ним беседовали, а молодежь почтительно здоровалась и отходила в сторону, прислушиваясь к разговорам старших.

Он в то время работал доцентом на кафедре истории КПСС гуманитарных факультетов КазГУ имени С.М. Кирова. Это был очень скромный человек, уже в возрасте. У него были проблемы с ногами, поэтому он особо нигде явно не участвовал, хотя в то время эта кафедра была центральной во всем университете. Приходил на занятия, общался с коллегами, участвовал в заседаниях кафедры, партийных собраниях, работал со студентами.

Я – студентка факультета журналистики, активистка, часто приходила на кафедру к своему научному руководителю Марии Борисовне Заславской, которая также там работала доцентом. У нас на факультете журналистики ни М.Б. Заславская, ни И.К. Лукьянец не преподавали. Так что формально я у них не училась. В силу своей любознательности и активности в общественной жизни я стала с ними общаться, а потом все это, когда я уже стала преподавателем, переросло в дружбу, в товарищеские отношения старшего ко младшему, оказание помощи и поддержки, консультации, деление опытом педагогической работы, методической, общественной и научной деятельности. Сейчас я понимаю, как много мне дали старшее поколение университетских педагогов, которым я признательна всю жизнь.

Я всегда увлекалась историей, поэтому и не случайно партийный комитет университета, в 1983 году, когда я была молодым преподавателем-коммунистом, поручил мне написать книгу к 60-летию КазГУ о молодежи университета и его славных традициях. Целый год я собирала материалы, и в 1984 году была издана книга «Наш адрес – КазГУ», в которой было 174 страницы. Это была моя первая книга. В этой книге есть и рассказ об Иване Куприяновиче Лукьянце, у которого я взяла по этому случаю интервью.

К слову сказать, работая в архивах, я всегда старалась посмотреть и архивы университета, кроме того собирала материалы, газетные вырезки, научные статьи по истории родного университета, поэтому мой рассказ о том далеком времени, о людях, о руководителе университета И.К. Лукьянце. Одним словом, – о нашем прошлом, тяжелом и трудном, но таким, что мы им гордимся все время, и сейчас, и будущее поколение профессорско-преподавательского состава и студенты будут гордиться тем, что мы сохранили память о прошлом, мы создавали сами историю любимого университета, бережно храня то прошлое, которое было...

Иван Куприянович приехал по направлению Центрального Комитета ВКП (б) на работу в Казахстан. После того, когда он поднял работу Уральского педагогического института, будучи там директором 7 лет, на должную высоту, его назначают ректором Казахского государственного университета имени С.М. Кирова. С 1940 года, когда он приступает к работе, и затем 8 лет он был руководителем единственного в Казахской ССР университета. На его долю выпала, пожалуй, самая тяжелая работа, из всех бывших и будущих ректоров. Он возглавлял университет в тяжелые годы Великой Отечественной войны. Но еще и в 1941-1955 годах он был избран заместителем Председателя Президиума Верховного Совета Казахской ССР. Таким образом, в те годы он выполнял огромную работу не только в масштабах университета, но и по всей республике. Такая должность и огромная занятость не помешали ему с большой отдачей работать руководителем КазГУ. И об этом вспоминают его студенты, преподаватели, коллеги, друзья.

Из статьи И.К. Лукьянца об организации университета:

- При создании вузов научные национальные кадры насчитывались единицами. Они росли в процессе становления и развития вузов. Подготовленных абитуриентов было очень мало.

Особые трудности испытывал Казахский университет в связи с тем, что в самое последнее время перед открытием правительство республики решило сохранить пединститут, а университету выделено только четыре аудитории в помещении зооветеринарного института.

Несмотря на все это, университет справился с задачей подготовки кадров, и первый выпуск специалистов состоялся в 1939 году. Посмотрим газеты. «Казахстанская правда» писала о первых выпускниках: «Тулеген Масенов пришел в университет с весьма слабой подготовкой. Он настойчиво учился, помогли товарищи, комсомол. Со второго курса он уже учится только на отлично. В результате зоолог Т. Масенов получает диплом с отличием. Затем Т. Масенов – аспирант, доцент, профессор, а ныне член-корреспондент НАН РК».

В той же статье говорится о выпускнике физико-математического факультета Алексее Шаврове. Он проявил большой талант и склонность к научным исследованиям, по решению Совета университета был направлен в аспирантуру в Ленинградский университет. Математик Хамит Урматов обнаружил завидные способности и стал впоследствии известным ученым. Математика привлекала их своей железной логикой, а главное, как говорил А. Шавров, – для работы требовалась только лично своя голова и бумага с карандашом. В те же годы обучался Турар Сатыбалдин – сын кочевника, студентом стал, имея семилетнее образование, в учебе выделялся любознательностью и настойчивостью, после окончания университета рекомендован в аспирантуру. Таковы были первые выпускники Казахского университета.

Серьезным тормозом в работе университета было отсутствие учебных помещений и общежитий. Первое здание общежития университета на улице Калинина было построено лишь в 1940 году, второе закончено уже во время Великой Отечественной войны. Полное отсутствие квартир задерживало привлечение к работе высококвалифицированных преподавателей.

Весной 1939 года проректором по учебной и научной работе университета был назначен Д.В. Сокольский. Он уделял много внимания укреплению профессорско-преподавательского состава. Удалось пригласить на химический факультет профессора Н.Н. Ворожцова, ставшего позже академиком. С Дальнего Востока был приглашен профессор А.И. Шлыгин. Постепенно в Алма-Ате сложилась химическая школа, среди химиков создавалась атмосфера дружелюбия, научной добросовестности и большой требовательности. Следует назвать таких известных ученых, как Абикен Бектуров, Михаил Козловский, Виктор Пономарев, Сагид Рафиков, Ольга Сонгина, Михаил Усанович, Батырбек Беремжанов, Виктор Чердынцев, Константин Персидский, Лев Вулис, Лев Шмонин и многие другие. Благодаря им университет стал тем, что он есть сейчас [1].

Вот подлинный рассказ Ивана Куприяновича – интервью мне он дал о тех годах для книги «Наш адрес – КазГУ»:

- Это было трудное время. В 1940 году университету шел седьмой год, но еще многого не было, не хватало общежитий, инвентаря, оборудования, тесно было в учебных корпусах. Партия и правительство республики большое внимание уделяли созданию первого университета в Казахстане. К началу Великой Отечественной войны закончено строительство двух общежитий. Для занятий были выделены административные здания, в том числе Дом культуры и хорошее здание института журналистики. А ведь тогда Алма-Ата еще имела очень скромный фонд помещений. Студенты получили возможность успешно учиться, проводить опыты в современных лабораториях. Появились свои общежития [2].

Высоко ценилась в университете хорошая и отличная учеба. Комитет комсомола после каждого семестра подводил итоги учебы, готовил стенды с портретами лучших студентов, им торжественно вручались грамоты и памятные подарки. А с 1939 года в университете введена выплата повышенных стипендий отличникам учебы и общественным активистам.

... И вот война. Весть о нападении фашистской Германии на нашу страну застала сотрудников и студентов КазГУ за обычными мирными делами. Студенты сдавали летнюю экзаменационную сессию.

Обстановка в стране сложная. Многие институты и предприятия с запада нашей страны эвакуировались в Алма-Ату. Университет отдал одно общежитие и значительную часть учебных корпусов авиационному, сельскохозяйственному и другим институтам, а в комплексе Дома культуры расположилась московская киностудия.

И все же университет жил своей рабочей жизнью. Чердаки и подвалы зданий превращены в лаборатории и аудитории. В них обучались и работали студенты и сотрудники университета.

Лозунг «Все для фронта!» сразу же стал главным в жизни профессоров, преподавателей, студентов. Коммунисты и комсомольцы обязались изучить не менее одной из военных специальностей. Первая группа преподавателей и студентов университета была призвана в Красную Армию в конце июля-начале августа 1941 года. В эти месяцы войны на фронт ушло 135 сотрудников и студентов. Всего за годы войны из коллектива Казахского государственного университета имени С.М. Кирова было направлено на фронт 287 человек: 59 преподавателей, 52 административно-хозяйственных работника и 176 студентов, в их числе 35 девушек.

В их числе была Шагила Кусанова. Она проявила мужество и отвагу в боях, награждена медалями. Участвуя боевых действиях, не теряла связи с университетом, писала письма. По окончании войны одна из первых вернулась в родной университет. В честь ее возвращения в КазГУ прошел большой митинг. Шагила сейчас в университете знают не только как заслуженного ветерана, но и как опытного педагога и научного работника. Она – доктор исторических наук, заведующая кафедрой истории КПСС естественных факультетов.

... Шагила Кусанова вспоминает, как она воспитанница детского дома, закончила в 1940 году среднюю школу Уланского района и успешно сдала экзамены в КазГУ, стала студенткой историко-филологического факультета университета. 23 июня 1941 г. был последний экзамен летней сессии. А 22 июня – началась война. Многие из комсомольцев ушли добровольцами на фронт, в том числе и Шагила.

- 1 сентября я приняла присягу, боевое крещение получила под Феодосией.

Ее позывной как радистки был: «Я – Чайка!» [3] ...

В числе защищавших столицу Москву было много воинов из нашего университета. В составе 316 стрелковой дивизии героически сражался преподаватель математики Ж.С. Бейсалиев. В составе 39-й и 40-й отдельных стрелковых бригад и 391 стрелковой дивизии сражались и студенты университета, призванные в армию в первые дни войны: Ф. Голодов – химик, В. Друзь – химик, А. Мазунин – биолог, В. Кашкаров – физик, Н. Тойбаев – химик, М. Винниченко – химик (член партии с 1940 г., в 1942 г. погиб, бросившись с гранатой под танк), П. Ягодкин – филолог (погиб 5 декабря 1941 г., защищая Москву) и многие другие.

Не менее героически били врага воспитанники университета и под Сталинградом. В 38 стрелковой дивизии достойно воевали представители университета: В. Сапа – математик, Д. Вечкутов, И. Демьяненко – физмат.

Отлично сражались на других фронтах А. Соломин – химик, А. Орлов – преподаватель физкультуры, В. Полевик – до войны заведующий военной кафедрой, ставший потом генерал-майором.

Смертью храбрых погибли преподаватели университета Г.У. Амирбаев, Б. Жиренчин, Р.Р. Мустафин, К. Султанов и др.

В боях за Днепр Героя Советского Союза получил А.Г. Попов, выпускник биологического факультета из КазГУ.

В освобождении Западной Европы от немецко-фашистских захватчиков принимали участие Л. Чехович, студент физмата (погиб при освобождении г. Кенигсберг), А. Лях, секретарь парторганизации, химик, Н. Страшников – физик и др. Николай Страшников участвовал в штурме рейхстага.

Виктор Пуриц, родом из Московской области, после госпиталя в Алма-Ате, получил год освобождения от армии по лечению. Поступил в КазГУ и учился, в 1942-43 годах возглавлял комсомольскую организацию университета, но по излечению был призван вновь и убыл в армию. После войны вернулся и работал в университете, пройдя путь от студента до заведующего кафедрой, профессора, до конца своей жизни.

Комитет комсомола КазГУ им. С.М. Кирова во главе с В. Пурицем принял решение обратиться ко всем студентам Советского Союза с призывом собрать деньги на строительство танковой колонны «Советский студент». Инициатива была поддержана сту-

дентами всей страны. В конце 1943 года танковая колонная была создана и стала воевать.

Однажды ректору КазГУ И.К. Лукьянцу была принесена правительственная телеграмма, которую он потом зачитал всему коллективу университета.

- Прошу передать инициаторам сбора средств на танковую колонну «Советский студент» – комсомольцам и студентам Казанского государственного университета имени С.М. Кирова благодарность армии и Ставки Верховного Главнокомандования. И. Сталин.

Об этом впервые мне однажды рассказал отец, Сейсенбек Ахметов, а позже подтвердил рассказом В. Пуриц, и затем вспомнил и И.К. Лукьянец, когда я тоже ему стала рассказывать то, что я знаю о тех великих и трудных годах нашего университета.

Когда Иван Куприянович вспоминал о том, что университет писал письма, поддерживал связи с ушедшими на фронт, то мы долго говорили о нашей гордости – воинах-освободителях, вышедших из стен университета. Он добавлял всегда в характеристику ушедшего на фронт какую-то деталь, мелочь, которую он знал. Я поражалась его памяти, и самое главное то, что он знал каждого сотрудника, преподавателя, студента тех далеких лет. Поэтому мы снова и снова возвращались к тем далеким военным годам, и он вспоминал.

Тогда, в первые дни войны, конечно же, никто не знал о судьбе защитников Брестской крепости и участников боев в районе города Брест в первые часы и дни войны. Лишь после войны, когда стали возвращаться те, кого призвали в 1939- начале 1941 года, университет узнал о судьбе своих студентов и преподавателей, которые, в основном, попали в плен, прошли муки ада, но остались живы. Они принесли вести о тех, кто погиб или пропал без вести. Однако тогда такую информацию нельзя было давать, но КазГУ всячески помогал тем, кто вернулся. Он помогал им восстанавливаться в университет, с устройством в общежитие, стипендией. Так пришли снова на студенческую скамью Владимир Фурсов, вернувшись из плена, и Габбас Жуматов, воевавший от первого до последнего дня войны. Пали в боях за Родину, призванные с ними в Красную Армию в феврале 1940 года и служившие тоже в Бресте – преподаватель высшей математики Ту-

пар Сатыбалдин (прошел войну от Бреста до Венгрии и пал там смертью храбрых в районе озера Балатон), Деревянко Григорий, аспирант КазГУ, Страутман Георгий, студент физмата, Кудинов Александр, Хасан (осталось только имя) из КазГУ [4].

Историк Иван Кулешов был призван из университета в 1939 году и прошел всю войну, вернувшись потом в КазГУ.

Многие награждены медалями и орденами. Немалое число из них посмертно. Четвертая часть состава, ушедшая на фронт из университета, не вернулась после Победы домой. Дорогая цена для всего народа, и для нашего университета также.

Об этом Иван Куприянович всегда помнил.

- В эти суровые годы резко возрос научный потенциал университета. Этот процесс стимулировали ученые страны, эвакуированные в Алма-Ату. В годы войны в КазГУ работали многие академики Академии наук СССР. В КазГУ читали лекции видные казахские ученые К. Сатпаев, К. Жумалиев, С. Кенесбаев, А. Конратбаев, Т. Нуртазин, Б. Кенжебаев, С. Жиенбаев. В 1943 году в университете числилось 2 академика Академии наук СССР, 20 профессоров и 32 доцента.

В годы войны правительством Казахстана была передана земля, несколько десятков гектаров, в вечное пользование университету в Алма-Атинской области для того, чтобы студенты и преподаватели смогли прокормиться в тяжелые военные годы. И этот участок земли, названный потом агробиостанцией, является еще одним доказательством, как государство заботилось об единственном в то время университете, его сотрудниках, преподавателях и студентах. За долгие годы в истории университета агробиостанция вошла как экспериментальная площадка биологического факультета, место прохождения практики и работы с опытными экземплярами всех биологов университета.

Иван Куприянович продолжает вспоминать:

- Университет поддерживал связь со всеми ушедшими на фронт, из его стен фронтовикам высылали посылки, книги. Переписывались с командованием частей, где они служили. Тем, кто отличился в боях, высылали именные подарки, передавали благодарности земляков.

Ректор и секретарь партийной организации КазГУ не раз выезжали на фронт в составе делегации Казахстана. Во время одной

из такой поездки в казахстанскую дивизию Иван Куприянович встретил Ивана Скакуна, добровольца 1941 года, бывшего секретаря партийной организации университета. Позднее он погиб смертью храбрых в одном из боев.

В 1942 году И.К. Лукьянец сам возглавил делегацию из университета на Калининский фронт с подарками со всего Казахстана, где воевало много казахстанцев. Они пробыли там целую неделю, проводя беседы и встречи с фронтовиками, рассказывая о ситуации на родине, о делах и планах университета, приглашая после победы учиться в КазГУ.

В университете была военная обстановка, было много трудностей и сложностей, но несмотря на это, университет расширял свою деятельность. Начинали работать новые кафедры и лаборатории. Студенты старших курсов одновременно с учебной заготавливали продукты, необходимые фронту и тылу. Комсомольцы под руководством Антона Ивановича Ляха, химика по специальности, создали полузаводские установки, на которых стали выпускать наркозный эфир и другие химикаты, необходимые госпиталям Алма-Аты. Во дворе корпуса КазГУ действовали пять таких установок. Студенты тех лет видели объективный характер трудностей военной поры, не роптали, умели довольствоваться малым и не позволяли расслабиться, снизить свою работоспособность.

Несмотря ни на какие трудности, в университете сложился дружный, уникальный коллектив, особенно хорошо проявивший себя в трудные военные годы. Например, лаборатория под руководством профессора Ерчиковского, в которой работало более двадцати химиков, произвела тысячи анализов для металлургических предприятий, изготавливавших броню для танков. Студенты под руководством доцента А.И. Ляха производили наркозный эфир, хлор-этил, электролит для лужения и другие вещества для фронта.

Ученые университета оказали большую помощь производству. М.Т. Козловский, позже академик АН КазССР, консультировал Иртышский медеплавильный завод. А.Б. Бектуров, один из основателей нашей академии, вел работу по термофосфатам, получаемым из местного сырья. С.А. Гребинский работал над проблемой земледельческого освоения предгорий Ала-Тау. Н.А. Бартенев разрабатывал проблему управления заповедника-

ми. Д.В. Сокольский исследовал активирование местных углей. Л.Н. Добрецов изучал зависимость теплоты испарения электронов от величины электрического поля. А.А. Гухман развивал теорию подобия в термодинамике. В.Ф. Литвинов исследовал атмосферу со взвешенными в ней частицами. М.И. Усанович развивал фундаментальную теорию электролитов. Этот список можно бы значительно продолжить. Хочется сказать, что каждый из наших ученых – это личность со своей научной школой.

Комсомольцев среди студентов немного: прием в члены ВЛКСМ проходил очень строго. Но все комсомольцы были активистами, многие – спортсменами. Секретарь комитета комсомола, как правило, избирался из студентов старшего поколения. А в это время учились и коммунисты, которым нередко было уже за 30 лет. До 1945 года секретарь комитета комсомола и секретарь партийной организации университета выполняли свои обязанности в порядке общественной нагрузки.

Как ректора, руководителя и просто человека Ивана Куприяновича вспоминали студенты и преподаватели тех лет. И все отдавали должное труду и самоотверженности тех, кто жил, учился и работал в то трудное время в университете. Казалось бы воспоминания идут не только о руководителе, но в целом об университете, а в этом и заключалась заслуга ректора в неимоверно трудной жизни создать условия для учебы и работы.

М.Ф. Авазбакиева с теплотой и душевной добротой вспоминала годы аспирантуры в КазГУ. Она защитила кандидатскую диссертацию в 1943 году и стала работать доцентом на кафедре физиологии человека и животных, потом была деканом биологического факультета.

Тамара Затинщикова-Сапа, выпускница 1945 года, окончившая отделение журналистики, вспоминает, как работали студенты в Доме инвалидов, в библиотеке, говорит о годах учебы, и о том, как преподаватели, декан и ректор всегда поддерживали студентов. Она закончила двухгодичные курсы медсестер, но ее руководство университета не разрешили призвать в армию, так как в то время студентов старших курсов не разрешали призывать. А Указ Сталина выполняли серьезно [5].

Шестьдесят лет работы в университете для Тамары Петровны Струц начались в сентябре 1942 года. Украинская девушка в да-

лекой слободе Швисковецкая заканчивает семилетку, среднее образования получает в Могилев-Подольске Винницкой области. Тамара в 1940 году поступает учиться. Летом 1941 года в свою вторую сессию Тамара смогла сдать только один экзамен. Киев стали бомбить. Все ребята ушли на фронт, а девушек 1-2 курса отправили в Воронежский университет. Когда война приблизилась и туда, одних эвакуировали в Ташкент, других – в Алма-Ату. Без документов, без ничего юная Тамара живет в селе Дмитриевка Энбекши – Казахского района и почти год работает в колхозе.

Однажды, приехав в Алма-Ату по каким-то делам, на улице она встречает пожилого человека, лицо которого ей кажется знакомым. Останавливает его и говорит: «Вы же профессор Киевской лесотехнической академии. Вы у нас не преподавали, но я Вас помню, я там училась на первом курсе».

Профессор привел Тамару Петровну в Казахский государственный университет к ректору И.В. Лукьянцу. Только по рекомендации профессора ее приняли на биологический факультет, и с сентября 1942 года до сентября 2002 года в трудовой книжке Тамары Петровны значатся надписи: студент, преподаватель, директор музея истории Казахского национального университета [6].

Вспоминает студентка отделения журналистики военных лет Евдокия Никаноровна Первомайская (Бондаренко):

– В 1939 году я поступила Коммунистический институт журналистики, позже ставший факультетом университета (с сентября 1941 года). Уже на II курсе института, я стала Пушкинской стипендиаткой, избрана секретарем комитета комсомола. Началась война, и никто тогда не стоял в стороне: работала в госпитале, а во время каникул помогала колхозам собирать урожай. В нашей бригаде (я была бригадиром) было лишь два парня, остальные – человек 40 – девчата. Спали в клубе, постелью была солома, и еще какая-нибудь тряпица. Наступила осень, один из парней мне все твердил – давай «смываться». Но я ответила, что без разрешения этого не будет. Этот Володя Гринберг самовольно ушел. Я не стала замалчивать это дезертирство. Ректор И.К. Лукьянец послал потом парня в наказание на месяц корчевать саксаул. В. Гринберг меня всячески ругал, но потом даже стал ухаживать. Вот, что, значит, быть наказанным справедливо.

С именем Ивана Куприяновича Лукьянца в моей жизни был и такой удивительный случай. На III курсе я подала заявление о вступлении в партию. И вот я прихожу на заседание парткома, подаю рекомендацию комитета комсомола (я в то время была секретарем комитета КазГУ), а меня спрашивают, где рекомендации двух членов партии. До сих пор удивляюсь, как это я, как ребенок, поступила, явившись без нужных рекомендаций. Секретарь парткома Грингруз (чудесная женщина) говорит: «Ну что нам с ней делать? Давай дадим ей рекомендации. Мы же ее хорошо знаем». И тут же она и И.К. Лукьянец написали рекомендации. Так я в 1943 году стала кандидатом в члены партии [7].

Мой отец, Ахметов Сейсенбек, инвалид Великой Отечественной войны, потерявший руку под Москвой, приехал демобилизованный поступать в КазГУ на отделение журналистики. Он на фронте вступил кандидатом в члены КПСС, и уже в университете после прохождения кандидатского стажа стал членом КПСС. С конца 1942 по 1947 годы учился, закончил уже казахское отделение факультета журналистики КазГУ. Жил в общежитии в комнате инвалидов войны, получал Сталинскую стипендию за отличную учебу и общественную работу. Его фотография была на стенде отличников как стипендиата имени Сталина. На русском отделении параллельно с ним учился также раненный, и получивший время на излечение, Виктор Пуриц. Они, фронтовики, стали друзьями. Друзьями уже в первые послевоенные годы стали мой отец и В.И. Фурсов, которые жили в одной комнате инвалидов Великой Отечественной войны в общежитии КазГУ [8]...

Все они, отец и его товарищи, с теплотой вспоминали и рассказывали мне о своем ректоре И.К. Лукьянце и родном университете. Я так горжусь, что записывала их воспоминания, писала о становлении КазНУ имени аль-Фараби.

Мой старший товарищ и друг, профессор Алексей Васильевич Соловьев оставил великолепные воспоминания о своем научном руководителе А.К. Лукьянце:

- На долю И.К. Лукьянца выпало и тяжелое бремя ответственности за коллектив университета в страшный период репрессий и доносов, когда порядочное, лояльное отношение к людям расценивалось как неблагонадежное, антисоветское. Иван Куприянович был сдержанным человеком и никогда не ввязывался в поли-

тическую борьбу, но однажды он не сдержался. Поступил донос о том, что создана политическая группа целью, которой является свержение правительства Казахстана, в которую вошли Бисембаев, К. Сатпаев, М. Ауэзов и еще около 30 человек, а возглавлял ее А.В. Соловьев. Помню, тогда мне с трудом удалось удержать его от физической расправы над Накановым, автором доноса.

И сам ректор не раз, а точнее постоянно, являлся объектом доносов, критики, а критика в адрес ректора была очень жесткой. Хорошие, дружеские отношения с Е.Б. Бекмахановым стали предметом регулярных доносов. Если самого Е.Б. Бекмаханова обвиняли в развязывании национализма, то И.К. Лукьянца обвиняли в пособничестве развязыванию национализма в университете и ненадлежащем отношении к таким, как Е.Б. Бекмаханов.

Между И.К. Лукьянцем и Е.Б. Бекмахановым действительно были хорошие отношения, тем не менее И.К. Лукьянцу не удалось защитить Е.Б. Бекмаханова от ссылки, тем более на тот момент он уже не был ректором.

Однажды, будучи приглашенным к нему домой, я задал вопрос Ивану Куприяновичу:

- Вы столько лет были ректором университета, занимали высокий государственный пост, а живете в двухкомнатной квартире на первом, почти цокольном этаже.

На что он ответил:

- Я мог получить любую квартиру, но я был на политическом посту, и любые излишества в тяжелое для страны время ни к чему, кроме того, что только сделало бы меня объектом нападок людей недалеких, которые пишут налево и направо.

После большой чистки в 1954 году руководства республики И.К. Лукьянец был снят с должности и полностью перешел на работу в университет, где до самой пенсии работал на кафедре истории КПСС [9].

... Замечательный организатор, вынесший тяжелые годы войны, как успешный руководитель страны и университета, был награжден за свой труд орденом Отечественной войны 1 степени, двумя орденами Красного Знамени, медалями, грамотами, дипломами [10].

Потом, уже ставший пенсионером, он был все равно в строю. В строю профессорско-преподавательского состава КазГУ имени С.М. Кирова.

### Литература

1. Лукьянец И.К. У истоков Казахского государственного университета. // Страницы пережитого. Воспоминания ветеранов. – Алматы: КазГУ. – 1995. – 166 с. /31-37/.
2. Наш адрес – КазГУ. – Алма-Ата: Жалын. – 1984. – 176 с. /71-77/.
3. Кусанова Ш.А. Я – дочь университета. //Страницы пережитого. Воспоминания ветеранов. – Алматы: КазГУ. – 1995. – 166 с. /116-120/.
4. Ахметова Л.С. Брестская крепость и КазГУ: связь времен. // Вестник. Серия Журналистика. – Алматы: Казахский университет. – 3(41) 2016. – 205 с. /54-59/.
5. Ахметова Л.С. Тамара Затинщикова-Сапа, выпускница 1945 года. // Вестник. Серия Журналистика. – Алматы: Казахский университет. – выпуск 3, 2004. – 229 с. /50-55/.
6. Ахметова Л.С. Мои наставники, коллеги, друзья. //Страницы пережитого. Воспоминания ветеранов. – Алматы: КазГУ. – 1995. – 166 с. /76-82/.
7. Воспоминания студентки отделения журналистики военных лет Евдокия Никаноровна Первомайская (Бондаренко). //Личный архив Ахметовой Л.С.
8. Ахметова Л.С. Память сердца. – Алматы: Қазақ университеті, 2005. – 191 с. /128-129/.
9. Соловьев А.В. Воспоминания о ректоре. //Ученые, педагоги, наставники. Очерки и воспоминания. – Алматы: Казахский университет. – 2004. – 281 с. /118-121/.
10. Летопись Казахского Национального университета имени аль-Фараби. 1934-1960. Том 1. – Алматы: Казахский университет. – 2004. – 250 с. /161/.

Ахметова Л.С.

### Юбилей профессора Нуртазиной Розы Ауталиповны

Приятно видеть тех, кого когда-то в далекие 70-е годы XX века учила, будучи сама молодым преподавателем. Потом мы работали вместе рука об руку, многое пришлось увидеть и пережить. Затем в трудной конкурентной борьбе состояться как ученый. Защитить кандидатскую диссертацию, потом докторскую. Кандидат филологических наук, доктор политических наук, журналист по высшему образованию. Отличная мать, хорошая жена. Активист-общественник.

Все это – Роза Ауталиповна, профессор ЕНУ имени Л. Гумилева, проработавшая до конца 90-х годов прошлого века в КазНУ имени аль-Фараби на родном факультете журналистики. За 18 лет работы в КазНУ имени аль-Фараби пройден большой путь от ответственного секретаря газеты «Қазақ университеті», работника отдела науки университета, преподавателя, старшего преподавателя, кандидата филологических наук, заместителя декана факультета журналистики.

В конце 90-х годов ее супруга, работника Генеральной прокуратуры, переводят в Астану. В нулевые годы XXI века по проектам я работаю с Генеральной прокуратурой, и мы всегда общаемся с ним.

А Роза Ауталиповна, жена и мать, едет туда уже заведующей кафедрой журналистики ЕНУ имени Л. Гумилева. Затем новый виток учебы – докторантура в университете, успешная докторская защита, профессор, заведующая кафедрой политологии.

На ее книги дают рецензии известные профессора за рубежом. Роза Ауталиповна ездит читать лекции в Южную Корею, Россию, Францию, на стажировки в США, Западную Европу, Россию.

А в жизни такая же милая, общительная, всегда готовая поддержать товарища и оказать помощь. Как хорошо иметь таких друзей!

С юбилеем, моя дорогая подруга и верный товарищ Роза Ауталиповна! Крепкого здоровья, успешной научной, творческой и публицистической работы! Всегда знайте, что на факультете журналистики родного Казахского Национального университета имени аль-Фараби Вас помнят и любят! А альма-матер у Вас всегда в сердце. Я это знаю!!!

Лифанова Т.Ю.

### Медиа- и информационная грамотность (МИГ): переосмыслить способы обучения

В настоящее время стала уже традиционной инициатива ЮНЕСКО по проведению Ежегодной Глобальной недели медийной и информационной грамотности (МИГ) – Global Media and Information Literacy Week 2017. В этом году тема проекта – «Медийная и информационная грамотность в критические времена: переосмыслить способы обучения и информационную среду». Проблемы медиаобразования становятся все более актуальны в Казахстане и КазНУ им. аль-Фараби активно реализует инновационные проекты в этой области.

Медиаграмотность является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии. Опыт отечественного и зарубежного медиаобразования демонстрирует огромные возможности медиапедагогики (развитие творческих способностей, самостоятельного мышления, воображения), которые в полной мере могут быть раскрыты в различных и многообразных формах.



В мае 2014 года в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже проходил первый Европейский форум по вопросам медийной и ин-

формационной грамотности (МИГ). Участники Форума приняли Парижскую декларацию о медийной и информационной грамотности в эпоху цифровых технологий (2014 г.). Декларация вновь подтверждает важность медийной и информационной грамотности и призывает сделать новый упор на её распространение в условиях современной цифровой среды.

Возможно также отметить, что программы в области формирования медиа-грамотности рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека.

Авторским коллективом КазНУ им. аль-Фараби под руководством профессора Ахметовой Л.С. с 2012 года осуществляется работа в рамках следующих научно-исследовательских проектов по формированию медийной и информационной грамотности, исследованию потенциала СМИ и приоритетов журналистского образования:

1. 1162/ГФ «Разработка технологий медиаобразования для формирования интеллектуального потенциала страны», 2012-2014 гг., № гос. регистрации 0112РК01046 (грантовое финансирование МОН РК);

2. 1833/ГФ4 «Формирование медийной и информационной грамотности в молодежной среде в контексте обеспечения национальной безопасности и реализации Государственной программы «Информационный Казахстан – 2020», 2015-2017 гг., № гос. регистрации 0115РК00968 (грантовое финансирование МОН РК);

3. 1774/ГФ4 «Внедрение международных стандартов журналистики ЮНЕСКО в контексте реализации стратегических приоритетов Болонского процесса в Казахстане», 2015-2017 гг., № гос. регистрации 0115РК00967 (грантовое финансирование МОН РК);

4. Международный проект «Наращивание профессионального потенциала и поддержка институтов, укрепляющих свободу слова, плюрализм и разнообразие» – ЮНЕСКО – Контракт №4500139505, 2011-2012 гг. (ЮНЕСКО).

В эти годы нашим творческим коллективом были написаны ряд книг, учебных пособий и сборников научных трудов по медиаграмотности и медиаобразованию, в том числе: Коллектив-

ная монография «Государственная информационная политика в Казахстане: взгляд в будущее» /рук. проекта Л.С. Ахметова, 2010 г.; «Медиаобразование Казахстана», 2013 г.; Л.С. Ахметова, А.В. Вережкин, Т.Ю. Лифанова «Медиаобразование и медиаграмотность: теория, методология, практика», 2015 г.; Т.Ю. Лифанова «Критическое мышление», 2015 г.; Л.С. Ахметова, Д.П. Шорохов, А. Ниязгул «Медийная и информационная грамотность», 2015 г. (электронное издание – URL: <http://www.unesco.kz/ci/2015/mil-ru.pdf>) на русском и казахском языке; Л.С. Ахметова, А.А. Кудабай «Казахстанское медиапространство: исторический очерк», Л.С. Ахметова, А.В. Вережкин, Т.Ю. Лифанова «Медийная и информационная грамотность: концептуальные и методологические основания», Д.П. Шорохов «Формирование гражданской позиции, специфика подачи информации и особенности этических аспектов в системе медийной и информационной грамотности», изданы сборники научных трудов № 7-13 «PR и СМИ в Казахстане» и др.

Проблемы и исследования, разработанные в рамках проектов, уже нашли отражение в содержании учебных курсов новых образовательных программ различных специальностей КазНУ им. аль-Фараби. Например, в контексте таких дисциплин как «Журналистика и менеджмент», «Принципы делового общения», «Политическая реклама и PR» и др. В структуру программ по подготовке бакалавров-философов с 2010 г. включена принципиально новая для казахстанской системы образования дисциплина – «Критическое мышление».

Будущие казахстанские специалисты, выпускники вузов должны быть всесторонне образованными, культурными, развитыми. Это достигается изучением профессиональных дисциплин специальности, чтением научно-познавательной, художественной литературы, развитием творческих способностей, погружением в информационные потоки, проецируемые бурным развитием медийных технологий... Медийная и информационная грамотность стоит, по существу, в центре всего этого потока образовательных и воспитательных задач, особенно в эпоху развития глобальной информационной цивилизации.

# СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## Глава I. ПРОДВИЖЕНИЕ ЮНЕСКО И ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В PR И СМИ

1. Карпов Сергей Александрович – специалист программы Коммуникация и информация Кластерного Бюро ЮНЕСКО в Алматы.
2. Ахметова Л.С. – д.и.н., профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, академик, член президиума Евразийской академии телевидения и радио.
3. Дзялошинский Иосиф Михайлович – доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Москва, Россия
4. Кудрявцев Владимир Товиевич, доктор психологических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО "Культурно-историческая психология детства", Московский государственный психолого-педагогический университет, Москва
5. Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной Кадровой Академии, г. Киев, действительный член Евразийской Академии телевидения и радио Украина
6. Уразалиева Гульшат Кулумжановна, кандидат философских наук, доцент кафедры Теории и истории социологии, Социологический факультет, Российский государственный гуманитарный университет, Москва
7. Чаплай Ирина Витальевна – кандидат наук по государственному управлению, докторант кафедры публичного администрирования Межрегиональной Академии управления персоналом, г. Киев, Украина

## Глава II. PR И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

1. Адилова Людмила Фёдоровна – профессор Российского государственного гуманитарного университета, доктор политических наук, член президиума Евразийской академии телевидения и радио, директор по специальным проектам Фонда развития государственного права и гуманитарных проектов, ведущий специалист информационно-аналитического центра МГУ, заместитель директора центра по изучению стран постсоветского зарубежья, Россия
2. Вережкин Алексей Валентинович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби
3. Қабдолданова Батима Аскербековна – республикалық ғылыми-танымдық, көпшілік «Гүлстан» журналының PR-менеджері, Алматы, Қазақстан Республикасы

4. Ложникова Ольга Петровна – старший преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
5. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби
6. Рожков Александр Васильевич – доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
7. Рузин Валерий Давыдович – кандидат философских наук, доцент, президент Евразийской Академии телевидения и радио, Москва, РФ
8. Садуакасов Абай Айтмукашевич – старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
9. Султанбаева Гульмира Серикбаевна – доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой КазНУ им. аль-Фараби
10. Султанбаева Эльмира Серикбаевна – старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
11. Шорохов Дмитрий Павлович – к.ф.н., доцент КазМУИТ, член Союза художников РК
12. Шынғысова Назгуль Турсынбаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

### **Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

1. Ахметжанова Ажар Токсановна – эл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Тарих, археология және этнология факультеті, Қазақстан тарихы кафедрасының доценті т.ғ.к.
2. Иргебаева Назилия Мукатаевна – п.ғ.к., доцент кафедры психологии и социально-гуманитарных дисциплин университета «Тұран-Астана».
3. Meiramgaliyeva Raigul Manapovna – Kazakh National University named after al-Farabi, Candidate of Philology, Associate Professor
4. Нағымжанова Қарақат Мұқашевна – д.п.н., профессор, заведующая кафедрой психологии и социально- гуманитарных дисциплин университета «Тұран-Астана».
5. Негизбаева Марлан Онласыновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
6. Раушанова Индера Мешитбаевна – магистр, старший преподаватель кафедры психологии и социально- гуманитарных дисциплин университета «Тұран-Астана».

7. Рысбаев Сулайман Казыбаевич, Кыргызстан, Кыргыз билим берүү академиясынын лаборатория башчысы, педагогика илимдеринин доктору, профессор, Кыргыз Республикасынын маданиятына эмгек сиңирген ишмер.

8. Sarsekeeva Natalya Kantalievna – Candidate of Philology sciences, associate professor of Al-Farabi Kazakh National University named al-Farabi, Almaty, Kazakhstan.

9. Takhan Serik Sheshenbay-uly – Doctor of Philology, Professor Department of Journalism and Political Science L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

10. Шынгысова Назгуль Турсынбаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби.

#### Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

1. Булах Дана – магистрантка 1 курса КазУМО и МЯ им. Абылай хана, Алматы.

2. Власова Ингеборга Юрьевна – студентка 2 курса магистратуры социологического факультета Российского Государственного Гуманитарного Университета, Россия.

3. Голованова Ирина Сергеевна – аспирант РГГУ, помощник заместителя Председателя Государственной Думы ФС РФ О.Н.Епифановой.

4. Косынская Виктория – магистрантка 1 курса КазУМО и МЯ им. Абылай хана, Алматы.

5. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение» КазНУ им. аль-Фараби.

6. Мухаметова Вероника – студентка 4 курса специальности «Журналистика» факультета журналистики и политологии ЕНУ им. Л. Гумилева.

7. Нажимеденова А.Б. – магистрант специальности «Социология» КазНУ им. аль-Фараби.

8. Плотникова Марина – магистрантка 1 курса КазУМО и МЯ им. Абылай хана, Алматы.

9. Сейфуллин Адиль Куанышбекович – магистрант 1 курса специальности «Журналистика» факультета журналистики и политологии ЕНУ им. Л. Гумилева.

10. Султанова Шахноза Саидовна – журналист-редактор «Catch&Partners», магистрант II курса факультета журналистики и политологии ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва, Астана, Казахстан.

11. Фрюхауф Диляра – студентка 2 семестра университета Цюрих, Швейцария.

12. Шабденова А.Б. – магистр социологии, докторант кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби.

13. Штек Юлия – студентка департамента славистики Цюрихский университет, Швейцария.

#### **Глава V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ**

1. Ахметова Л.С. – д.и.н., профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби.

2. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

## Глава I. ПРОДВИЖЕНИЕ ЮНЕСКО И ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В PR И СМИ

<i>Карпов С.</i> Возможности, предоставляемые платформой «Онлайн волонтерство ООН» для студентов .....	3
<i>Ахметова Л.С.</i> Международная информационная кампания против насилия в семье 1-19 ноября в Казахстане .....	6
<i>Дзялошинский И.М.</i> Культура и медиа как ресурсы устойчивого развития .....	16
<i>Уразалиева Г.К., Кудрявцев В.Т.</i> Проект «РОДИВ» как инструмент реализации целей устойчивого развития ООН .....	36
<i>Чаплай И.В., Лебедева Н.А.</i> Реализация целей ЮНЕСКО для устойчивого государственного управления в Украине (сохранение экосистем суши – заповедник «Аскания-Нова») .....	44

## Глава II. PR И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Процесс создания имиджа и поддержание образа лидера в СМИ .....	53
<i>Веревкин А.В., Лифанов С.А.</i> Медиасреда современного общества и проблемы оценки развития медиаграмотности .....	73
<i>Кабдолданова Б.А.</i> Баспасөз қызметінің қажеттілігі .....	79
<i>Лифанова Т.Ю.</i> Медиаполис и приоритеты медиаобразования .....	87
<i>Рожков А.В.</i> Рецепция медиапотребления казахстанцев в условиях глобальных коммуникаций .....	95

<i>Ruzin V.</i> Report at the 54 ABU GA held in Chengdu, China, October 31, 2017.....	104
<i>Сұлтанбаева Г.С., Ложникова О.П.</i> «Мәңгілік Ел»: в ракурсе коммуникационной стратегии .....	107
<i>Sultanbaeva E., Saduakasov A.</i> Relevancy and structure of mass communication as the subject of media culture .....	116
<i>Шорохов Д.П.</i> Тенденции развития спортивного дискурса Youtube-каналов Казнета и Рунета в контексте медийной и информационной грамотности.....	124
<i>Шыңғысова Н.Т., Жәйлібек Қ.</i> Ел имиджі: әлемдік қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі Қазақстан образы .....	136

### **Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

<i>Akhmetzhanova A.</i> Innovation of the Russian Empire in Kazakhstan in the 90s of the XIX century ..	142
<i>Meiramgaliyeva R.M., Sarsekeeva N.K.</i> The problems of ecological consciousness in contemporary literature .....	147
<i>Нағымжанова Қ.М., Раушанова И.М., Иргебаева Н.М.</i> Студенттердің танымдық мотивтерін жетілдіру жолдары .....	152
<i>Негизбаева М.О., Шыңғысова Н.Т.</i> Образовательная политика вуза в рамках модели «Университет 4.0» .....	161
<i>Рысбаев С.</i> Салттуу жана элдик тарбиянын принциптері менен методдорунун жана каражаттарынын жалпылықтары тууралуу .....	164
<i>Takhan S.S.</i> Academician Rimgali Nurgali as an outstanding representative of modern Kazakh literary criticism.....	174
<i>Sarsekeeva N.K.</i> About interactive teaching methods of russian language and literature in Kazakh National University named al-Farabi.....	180

#### Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

<i>Булах Д.</i> Новые культурологические аспекты в современной американской журналистике .....	186
<i>Власова И.Ю.</i> Особенности современных цветных революций в условиях глобализации мира .....	192
<i>Голованова И.С.</i> Проектирование образа современного политического лидера в средствах массовой информации .....	201
<i>Косынская В.</i> Теоретические аспекты изучения стереотипизации в массовой коммуникации .....	208
<i>Лифанов С.А.</i> От религиозного модернизма к нетрадиционной религиозности: актуальность теологических компонентов медиаобразования .....	213
<i>Мухаметова В., Тахан С.Ш.</i> К вопросу манипуляции массовым сознанием посредством СМИ .....	221
<i>Нажимеденова А.Б., Веревкин А.В.</i> «Искусство преподавания» с позиции социологической методологии.....	226
<i>Плотникова М.</i> Теоретические аспекты изучения медиадискурса .....	231
<i>Сейфуллин А.К., Тахан С.Ш.</i> Курс информационной политики независимого Казахстана .....	239
<i>Султанова Ш.С., Тахан С.Ш.</i> Инвестигейтерство в казахстанских медиа .....	247
<i>Фрюхауф Д.</i> Революция духа как философия и источник жизни (на примере биографии и медиального творчества В. Маяковского).....	256
<i>Шабданова А.Б., Веревкин А.В.</i> Трансформация функций современной семьи и монородительство .....	262
<i>Штек Ю.</i> О цюрихской выставке «Взятие Зимнего дворца»: медиальные заметки .....	269

## Глава V. ҚАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ

*Ахметова Л.С.*

Лукьянец Иван Куприянович – ректор КазГУ имени С.М. Кирова  
1940-1947 гг. ....273

*Ахметова Л.С.*

Юбилей профессора Нургазиной Розы Ауталиповны .....287

*Лифанова Т.Ю.*

Медиа- и информационная грамотность (МИГ): переосмыслить способы  
обучения.....289

Научное издание

## **PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ**

*Сборник научных трудов*

Выпуск 14

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ**

*Ғылыми еңбектер жинағы*

14-шығарылым

*Составитель и главный редактор*

*Лайла Сейсембековна Ахметова*

Выпускающий редактор *Г. Бекбердиева*

Компьютерная верстка *А.Алдашевой*

Дизайн обложки *А. Калиевой*

**ИБ № 11707**

Подписано в печать 02.03.2018. Формат 60x84<sup>1/16</sup>. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Объем 18,75 п.л. Тираж 70 экз. Заказ 653.

Издательский дом «Қазақ университеті»

Казахского национального университета им. аль-Фараби.

050040, г. Алматы, пр. аль-Фараби, 71. КазНУ.

Отпечатано в типографии издательского дома «Қазақ университеті»