

# PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

*Сборник научных трудов*

Выпуск 20

Составитель и главный редактор  
Л.С. Ахметова

# ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

*Ғылыми еңбектер жинағы*

20-шығарылым

Құрастырушы және бас редакторы  
Л.С. Ахметова

*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:**

**Адилова Л.Ф.** – д.п.н., профессор, Москва, Россия  
**Brussig В.** – член Немецкой ассоциации журналистов, Берлин, ФРГ  
**Дзялошинский И.М.** – д.ф.н., профессор, Москва, Россия  
**Джунушалиева Г.Д.** – д.и.н., профессор, Бишкек, Кыргызстан  
**Жданова И.В.** – к.н., доцент, Киев, Украина  
**Корконосенко С.Г.** – д.ф.н., профессор, Санкт-Петербург, Россия  
**Лебедева Н.А.** – д.ф.н., профессор, Киев, Украина  
**Медеубек С.М.** – к.ф.н., доцент, Алматы, Казахстан  
**Моулд Д.** – профессор, Огайо, США  
**Окай А.** – профессор, Стамбул, Турция  
**Романенко Е.А.** – д.н., профессор, Киев, Украина  
**Ружин В.Д.** – к.ф.н., Президент ЕАТР, Москва, Россия  
**Шынгысова Н.Т.** – д.ф.н., профессор, Алматы, Казахстан

Р 90 **PR и СМИ** в Казахстане: сборник научных трудов. – Қазақстандағы PR және БАҚ; ғылыми еңбектер жинағы / сост. и гл. ред. Л.С. Ахметова. – Вып. 20. – Алматы: Қазақ университеті, 2020. – 360 с.

**ISBN 978-601-04-4977-0**

Сборник научных трудов содержит материалы, посвященные 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», медиапедагогов, других гуманитарных дисциплин, ученых-исследователей. В данном выпуске статьи из Казахстана, России, Украины, Кыргызстана, Израиля, Швеции. Статьи написаны на казахском, русском, английском, кыргызском и украинском языках.

**УДК 070.378**

# Глава I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Адилова Л.Ф.

## Формирование имиджа: проблемы классификации

### Введение

В условиях «гибридной войны» возрастает роль изменения геополитических образов, их влияние на формирование и переформатирование общественного сознания на процесс конструирования внешнего имиджа России.

Имидж можно рассматривать как инструмент достижения конкретной цели и концептуальный продукт, смоделированный с учётом социально-политических национальных и культурных особенностей. В одном случае можно рассматривать имидж как набор определенных качеств, которые ассоциируются с объектом, в другом – как конструкт, способный придавать свойства и характеристики, не присущие ему, превращать эти качества в главные составляющие образа, радикально меняя его компоненты. Понятие «имидж» имеет много различных определений [1]

*Имидж* – это искусственно формируемый образ какого-либо явления. От имиджа зависит восприятие этого явления окружающими.

*Имидж* – это заявленная идеальная позиция, т.е. такая, которую личность или организация спланировали и намерены продвигать или продвигают.

Имидж представляет собой систему «*тотальной коммуникации*». Определение «тотальная» указывает на то, что коммуникация осуществляется во всех сферах деятельности, а не только во внешнем оформлении, зависит и учитывает непосредственные и опосредованные, реальные и предполагаемые, настоящие, прошлые и будущие факторы, способные оказать влияние на успех личности, организации, общества.

Одним из первых «теоретиков» конструирования имиджа считают Н. Макиавелли [2], которому было свойственно обо-

стрённое «чувство имиджа» или развитое «имиджевое» мышление. Специфика такого мышления – умение рассуждать и действовать в межличностном пространстве, прогнозируя реакции со стороны других людей и соотнося свои действия с этими реакциями. В своих лучших формах оно базируется на глубокой социальности человека и включает умение устанавливать благожелательные отношения с людьми.

Краткий психологический словарь под редакцией А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского определяет имидж как стереотипизированный образ конкретного объекта [3], существующий в массовом сознании. Как правило, понятие имиджа относится к конкретному человеку, но может также распространяться на определенный товар, организацию, профессию и т.д.

Специалисты по социологии права [4] трактуют эту категорию как обобщенную, эмоционально окрашенную в общественном и личном сознании форму отражения правовой действительности в виде комплекса представлений о законах и методах социально-правового воздействия. Специалист в области социологии управления и имиджологии В.М. Шепель дает такое определение: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» [5].

Маркетолог Ф. Котлер определяет имидж как «восприятие компании или её товаров обществом».

Специалист в области менеджмента О.С. Виханский дает общее определение имиджа: «Имидж явления – это устойчивое представление об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления».

А.Б. Зверинцев, специализирующийся на разработке коммуникативных технологий, под имиджем понимает «относительно устойчивое представление о каком-либо объекте». И так далее, и тому подобное – список предложенных определений можно продолжить. Общий их недостаток в том, что они поверхностны, чрезмерно абстрактны и не вполне адекватно отражают суть явления.

Можно предложить следующее определение имиджа. *Имидж* – это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или

инного социального объекта, содержит в себе значительный объём эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определённом социальному поведению [6].

С возрастанием значения информационных компонентов в жизни общества (будущие цивилизации уже называют информационными) повышаются требования к формированию имиджа. Он становится полноценным информационным продуктом, а не просто образом, основанным лишь на эмоциональном восприятии. Работа над ним будет опираться на объективные закономерности и процессы, тем самым всё больше приближаясь к науке и удаляясь от искусства.

Анализ информационных источников показывает, что в третьем (последнем) издании Большой советской энциклопедии, самой авторитетной на сегодняшний день отечественной энциклопедии с точки зрения исследователя, термин «имидж» отсутствовал. Аналогичная ситуация сложилась и с Большим толковым словарем русского языка (1998) – в русской речи термин «имидж» не употребляется, хотя в словаре представлены, например, такие узко специальные термины, как «интроверт» или «сенсуализм». В начале 1990 года появилось еще одно определение имиджа как эмоционально окрашенного образа кого-либо или чего-либо, которое остается и отпечатывается в сознании масс и имеет устойчивый характер стереотипа [7]. Интерпретация слова «имидж» в последних версиях изданий словаря иностранных слов показывает, что имидж определяется как результат специального процесса, который завершается созданием целостного образа через передачу тематических информационных сообщений через СМИ и другие каналы коммуникации. Результатом должен стать необходимый клиенту информационный продукт, который формирует образ явления, ситуация, личности, структуры и т.д.

Итак, большинство проанализированных нами источников изучает понятие имидж, включая в него словосочетания «целенаправленно формируемый образ»; «мысленное представление чего-то ранее видимого конкретного или абстрактного, сильно напоминающего в представлении о другом»; «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ»; «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью».

В науке имиджелогии понятие имидж получило более широкое и многосоставное содержание благодаря открытости науки междисциплинарным знаниям. Наиболее простое толкование слова – «облик» [8]. Чаще всего под ним понимают соответствие стиля поведения и манеры общения человека в определенной ситуации, таким образом, его можно понять как конгруэнтность или гармонию внешних элементов имиджа и существующей ситуации. П.Флоренский в своих работах обращает внимание на гармонию внешнего облика человека и его внутреннего содержания, имея в виду переживания, эмоции личной культуры.

Подобную мысль развивал и Г. Лебон, когда рассматривал индивидуальный эффект «свечения», естественно без употребления слова «имидж». А.А. Калюжный считает, что имидж – это продукт социальной перцепции, который возникает только в условиях нахождения этого объекта в фокусе общественного внимания, когда он может восприниматься непосредственно (лично) или через какие-то каналы связи (телекоммуникации, интернет). Если речь идет о человеке, то в этом облике концентрируются психосоциальные, поведенческие и эмоциональные характеристики, которые складываются во внешнее представление о человеке. Источниками получения информации в данном случае является наблюдение, прямое или косвенное общение, а также формирование и передача мнения о человеке через социальное взаимодействие с его окружающими.

На современном этапе развития имиджелогии можно выделить несколько направлений в определении того, что представляет собой имидж как категория науки.

Первая группа исследователей дает широкое понимание имиджа, не указывая конкретный предмет или объект. Так, имидж определяется как облик, который создают сообщения передаваемые средствами массовой информации, каналами внутригрупповой коммуникации, личными качествами и особенностями субъекта. Главной целью здесь является привлечение к себе внимания аудитории.

Исследователи в области социологии права трактуют категорию имиджа как «обобщенную, эмоционально окрашенную в общественном и личном сознании форму отражения правовой действительности в виде комплекса представлений о законах и методах социально-правового воздействия» [9].

К этой же группе определений относится трактовка имиджа как осознания и представление о каком-либо объекте и его специфических характеристиках. Однако дефиниции этой группы исследователей отличает абстрактность и отсутствию привязки к субъекту имиджмейкинга, что говорит о таком этапе в развитии имиджологии как науки, который позволяет подходить к базовым понятиям с точки зрения теории, а не только прикладных исследований.

Второе направление нацелено на исследование корпоративного имиджа, поэтому основной акцент в них ставится на условиях, факторах и механизмах его формирования в организациях, политических партиях и объединениях, муниципальной власти, негосударственной радиостанции, учебных заведений и др. По мнению ряда исследователей, первые разработки имиджа в российской науке были заинтересованы направлением лидерства, основывались на практических знаниях, которые были получены после рассмотрения и непосредственной работы с имиджами российских политиков на выборах. В связи с этим один из подходов в дефинициях имиджа стал складываться именно из практических знаний и полученных эмпирических данных. В связи с этим можно опираться на прикладную точку зрения в рассмотрении этого вопроса, рассматривающего конкретный объект имиджмейкинга [10].

Внимание к имиджу актуализировалось в последние годы в связи с обострившейся проблемой выбора, вставшей перед людьми (выбора товаров и услуг, политических партий и общественных организаций, лидеров и руководителей), и конкуренцией на разнообразных рынках – потребительском, политическом и прочих. Чтобы продать товар, услугу, привлечь на свою сторону избирателя, чтобы успешно конкурировать на рынке, фирма, общественная организация, университет или банк должны создать себе соответствующий имидж. Целесообразный, адекватный имидж совершенно необходим для любого вида социальной деятельности, что подтверждает многолетняя практика. Именно поэтому в рамках традиционных научных дисциплин – психологии, экономики, социологии, политологии – появляются специальные научно-практические отрасли: теория и практика рекламы, public relations, имиджология и другие, основным пред-

метом которых становится формирование образов, в том числе и социальных образов. Опираясь преимущественно в пространстве символов, они, тем не менее, способствуют решению задач в реальной жизни. Имидж находится в ряду таких понятий, как *рейтинг, репутация, известность, популярность, престиж, авторитет* и др.[11]. В социологии, и прежде всего социологии управления имидж может рассматриваться в контексте теории социальных статусов и ролей, концепции социального действия и взаимодействия, теории конфликта.

Если в рамках практической психологии, имиджелогии и других прикладных дисциплин преимущественное внимание уделяется проблемам социальной перцепции, аттракции, атрибуции, самомониторинга, управления путём произведения впечатления для создания внешне привлекательного образа объекта и разрабатываются соответствующие методы и инструментарий (позиционирование, вербализация, детализация, визуализация и т.д.), то социологию имидж интересует с несколько иных позиций.

Для социологии, и прежде всего социологии управления, важно, как имидж организации, социальной или профессиональной группы, а также имидж их программ, целей, планов, намерений влияет на качество выполнения организациями, коллективами, целевыми группами своих функций, насколько имидж воздействует на статус того или иного социального объекта, каковы социальные механизмы, которые можно задействовать, чтобы создать адекватный (не обязательно положительный) имидж.

Целесообразно разделять имидж на *корпоративный* (имидж компании, фирмы, предприятия, учреждения, политической партии, общественной организации и т.д.) и *индивидуальный* (имидж политика, бизнесмена, артиста, руководителя, лидера общественного движения и т.п.). Содержание и механизмы формирования этих имиджей будут различны, но они связаны [12].

И в том, и в другом случае, т.е. по отношению к организации и индивиду (личности), можно говорить об имидже *внешнем и внутреннем* [13]. Внешний имидж организации – это её образ, представление о ней, формирующееся во внешней, окружающей её среде, в сознании «контрагентов» этой организации – клиентов, потребителей, конкурентов, органов власти, СМИ, общественности. Внешний имидж индивида складывается из различных форм

вербального, визуального, этического, эстетического выражения и поведения, а субъектом являются те люди, которые вступают с ним в прямой или опосредованный контакт.

Исследователи предлагают три возможных подхода к классификации имиджа: *функциональный*, при котором выделяют разные его типы, исходя из различного функционирования; *контекстный*, при котором эти типы находятся в разных контекстах реализации; *сопоставительный*, при котором сравнивают близкие имиджи. Системный характер имиджа позволяет по одной видимой черте вызывать в массовом сознании сопутствующие характеристики [14].

Большинство проанализированных источников изучает понятие имидж, включая в него словосочетания «целенаправленно формируемый образ»; «мысленное представление чего-то ранее видимого конкретного или абстрактного, сильно напоминающего в представлении о другом»; «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ»; «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью».

Имидж политического лидера достаточно новое понятие для российской политической науки, которое требует концептуального изучения. В целом, изучение понятия имиджа политического лидера имеет большую практическую значимость, так как позволяет широко использовать весь спектр инструментов имиджирования для достижения политических целей, особенно во время предвыборных кампаний [15]. Процесс конструирования и трансляции имиджа, его взаимосвязь с другими явлениями бытия человека, его влияние на социум нашли свое отражение в многочисленных теоретических работах философов, историков, политологов, социологов, психологов, маркетологов, политических технологов, специалистов в области «публик рилейшнз» и политической коммуникации. Однако на сегодняшний день нельзя с полной уверенностью сказать о существовании целостной политологической концепции формирования имиджа политического лидера.

Политический имидж – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ политического лидера. Формирование имиджа происходит

как стихийно, неосознанно, так и сознательно, когда тщательно отслеживаются особенности восприятия политика, продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа.

На сегодняшний день нельзя с полной уверенностью сказать о существовании целостной политологической концепции формирования имиджа политического лидера.

Впервые в отечественной политической науке обобщаются данные зарубежных и отечественных исследований об особенностях процесса создания и продвижения образа политика, на междисциплинарном уровне систематизируются основные технологические приемы формирования и трансляции политического имиджа. Новизной отличается и исследование основных технологических приемов и эффективных методов создания и продвижения социально-рентабельного политического имиджа во время предвыборных кампаний в современной России, США, Франции, Германии, Беларуси.

Существуют исходные методологические принципы технологий формирования имиджа политических лидеров – «носителей имиджа», обосновано значение этих принципов для процесса конструирования имиджа субъекта власти, осуществлен комплексный подход к анализу формирования образа политического деятеля средствами телевидения и т.д.

Последнее десятилетие стало периодом интенсивного освоения политических технологий субъектами политического процесса и означило ряд проблем, касающихся прежде всего политического лидерства и создания эффективного имиджа политика. На сегодняшний день система конструирования политического имиджа, складывающегося на протяжении десятилетия в разных странах, обрела стройность, типологизировалась, что позволило автору выявить оптимальный набор средств и технологический инструментарий создания социально-рентабельного имиджа политического лидера.

Для получения информации о функционировании политического имиджа в политическом процессе используются следующие *методы* [16]:

- 1) метод оценки, который позволяет благодаря выделенным критериям оценивать формируемый имидж и анализировать стереотипы восприятия политиков;

2) ассоциативные методы, позволяющие выявлять неосознанные ассоциации человека с тем или иным политиком и проанализировать аффективные компоненты образов рассматриваемого деятеля;

3) метод фокус-групп, ориентированный на выявление группового мнения об имидже политика, о том, как группа воспринимает различные виды практической деятельности или продукты этой деятельности, например, материалы СМИ, рекламу, осуществление тех или иных социальных, благотворительных программ и т.д. в связи с деятельностью определенного политика.

Исследователи в области социологии права трактуют категорию имиджа как «обобщенную, эмоционально окрашенную в общественном и личном сознании форму отражения правовой действительности в виде комплекса представлений о законах и методах социально-правового воздействия».

К этой же группе определений относится трактовка имиджа как осознания и представление о каком-либо объекте и его специфических характеристиках. Однако дефиниции этой группы исследователей отличает абстрактность и отсутствие привязки к субъекту имиджмейкинга, что говорит о таком этапе в развитии имиджологии как науки, который позволяет подходить к базовым понятиям с точки зрения теории, а не только прикладных исследований.

Второе направление нацелено на исследование корпоративного имиджа, поэтому основной акцент в них ставится на условиях, факторах и механизмах его формирования в организациях, политических партиях и объединениях, муниципальной власти, негосударственной радиостанции, учебных заведений и др. По мнению ряда исследователей, первые разработки имиджа в российской науке были заинтересованы направлением лидерства, основывались на практических знаниях, которые были получены после рассмотрения и непосредственной работы с имиджами российских политиков на выборах. В связи с этим один из подходов в дефинициях имиджа стал складываться именно из практических знаний и полученных эмпирических данных. В связи с этим можно опираться на прикладную точку зрения в рассмотрении этого вопроса, рассматривающего конкретный объект имиджмейкинга.

### Заключение

Определяя имидж как совокупность индивидуально-типологических и социальных качеств политического деятеля, обеспечивающие адекватное восприятие и оценку в значимой социальной и политической среде, мы предлагаем технологию формирования имиджа, которая представляет собой не только сквозную классификацию рационально-инструментальных приемов, но и систему практических действий, используемых в социальной психологии, рекламе, полиграфии и средствах массовой коммуникации с учетом политических, социально-перцептивных и информационно-коммуникативных закономерностей формирования образа лидера.

Процесс создания имиджа базируется на основных закономерностях социальной перцепции, где ведущая роль принадлежит процессам стереотипизации и формирования первого впечатления, а также на основных закономерностях информационно-коммуникативных процессов. Анализ этих закономерностей приводит к следующему выводу: *политический имидж является лишь обобщенным, но никак не индивидуализирующим явлением.*

Процесс конструирования и трансляции имиджа, его взаимосвязь с другими явлениями бытия человека, его влияние на социум нашли свое отражение в многочисленных теоретических работах философов, историков, политологов, социологов, психологов, маркетологов, политических технологов, специалистов в области «паблик рилейшнз» и политической коммуникации.

Однако на сегодняшний день нельзя с полной уверенностью сказать о существовании целостной политологической концепции формирования имиджа политического лидера. Проанализировав работы по данному направлению, можно сделать некоторые выводы, которые будут выведены де факто из многочисленных работ по страновой имиджеологии в русскоязычном научном сообществе:

1) чаще всего понятия имидж/образ/бренд рассматривают не в комплексе, а парами, что весьма примечательно. Имидж/образ и имидж/бренд;

2) понятие «образ» чаще используется в теоретико-культурологическом или философском контексте, «бренд» – в утилитар-

но-практическом, а «имидж» – и там, и там, что говорит о его «срединном» значении;

3) образ чаще связывается с уже существующими, самостоятельно сложившимися представлениями, имидж – с существующими, но конструируемыми представлениями в целом (в разных областях, сферах деятельности), образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования, бренд же связывается со сферой экономики, туризма и практического маркетинга;

4) встречается множество определений имиджа с помощью образа, но нет ни одного определения образа, которое бы определялось через понятие «имидж».

Исходя из выделенных особенностей и рассмотренного материала, можно сделать выводы относительно содержания и соотношения понятий «имидж», «образ» и «бренд» страны. Наиболее распространенной (даже, когда авторы избегали концептуализации) оказалась позиция, согласно которой образ страны – это наиболее общая категория, которая охватывает весь объем представлений о стране – от философского анализа до прикладных исследований. Имидж страны в данном случае является более узким понятием и означает образ, на который пытаются воздействовать с целью изменения. Бренд страны подразумевает реализацию позитивных характеристик страны с целью извлечения прибыли, что, с одной стороны, сближает его с имиджем, а с другой, проводит границу по сфере и цели осуществления.

#### Литература

1. Адилова Л.Ф. Механизмы трансформации имиджа России // Политекс 2007. – №3. – С. 213.
2. Спиллейн М. Создайте свой имидж. – М., 1996.
3. Spillein M. Create your image. – М., 1996.
4. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Учебное пособие. М.: Академический проспект, 2007. – 400 с.
5. Gorchakova V.G. Applied imageology. Study Guide. – М.: Akademicheskyy Prospect, 2007. – Р. 400.
6. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное просвещение, 2002. – 576 с.
7. Imageology. How to make people like you. – М.: Narodnoye Prosveshchenie, 2002. – Р. 576.
8. Оксамытний В.В. Правомерное поведение личности / Отв. ред. Н.И. Козюбра. – Киев: Наук Думка, 1985.
9. Oksamitny V.V. Lawful behavior of the person. – Kiev: Nauk Dumka, 1985.

10. Имиджология-2006. Актуальные проблемы социального имидж-мейкинга. – М.: РИЦ АИ, 2006. – 358 с.
11. Imageology-2006. Actual problems of social imagemaking. – М.: RIC AI, 2006. – P. 358.
12. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
13. Pereligina E.B. Psychology of the image. Study guide. – М.: Aspect Press, 2002. – P. 223.
14. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопа. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 288 с.
15. The images of states, nations and leaders / by ed. Shestopal E.B. – М.: Aspect Press, 2008. – P. 288.
16. Шишкина М.А. Паблик рилейшинз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во С-Петербург.ун-та, 1999. – С. 361.
17. Shishkina M.A. Public Relations in the system of the social management. – SPb.: Publishing House of St. Petersburg University, 1999. – P. 361.
18. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.
19. Kuzin F.A. Modern image of the businessman and politician. – М.: Os-89, 2002. – P. 512.
20. Адилова Л.Ф. Механизм трансформации имиджа России // ПОЛИТЭКС. – 2007. – №3. – С. 210.
21. Adilova L.F. The mechanism of transformation of Russia's image // POLITEK. – 2007. – №3. – P. 210.
22. Семенов И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис, №5. – 2008. – С. 9.
23. Semenenko I.S. Images in the discourse of national identity // Polis, №5. – 2008. – P. 9.
24. Мироненко В. Образы России в Украине // Отечественные записки. – 2007. – №2. – С. 52.
25. Mironenko V. Images of Russia in Ukraine. // Domestic Notes. – 2007. – №2 – P. 52.
26. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М., 2005. – С. 107.
27. Grinberg T. Political technologies: PR and advertising. – М., 2005. – P. 107.
28. Тезаурус социологии. Тематический словарь справочник / Под ред. Ж.Т. Тощенко. – М., 2009. – С.137.
29. Sociology thesaurus. Thematic dictionary / ed. by Toshenko J.T. – М., 2009. – P. 137.
30. Чумиков А., Бочаров М. Роль брендинга в позиционировании положительного имиджа России. URL: [http://pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/earlier/bocharov-brand.shtml](http://pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/earlier/bocharov-brand.shtml).
31. Chumikov A., Bocharov M. The role of branding in the positioning of positive image of Russia URL: [http://pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/earlier/bocharov-brand.shtml](http://pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/earlier/bocharov-brand.shtml).

**Аннотация:** Стремительное развитие информационно-коммуникативных технологий привели к необходимости политико-социологических факторов, влияющих на конструирование и восприятие имиджа. Выявлен феномен воздействия старых и новых информационно-перцептивных технологий влияния на массовое сознание. В статье анализируются основные понятия, раскрывается содержание предмета имиджологии. Автор отвечает на возросшую потребность исследования механизмов имиджевой коммуникации, способов сознания и функционирования имиджа.

**Ключевые слова:** современные социологические теории, имидж лидера, имидж страны, бренд, политический имидж.

**Ludmila F. Adilova**

**The mechanisms of perception of the image: problems of classification**

**Abstract:** The rapid development of information and communication technologies have led to the need for political and sociological factors affecting the construction and perception of the image. A phenomenon of the impact of the old and the new information and perceptual technologies of influence on mass consciousness. The article analyzes the basic concepts, reveals the content imageology subject. The author responds to the growing need for studies of image communication mechanisms, methods of consciousness and functioning image.

**Key words:** the modern sociological theories, the image of the leader, the image of the country, the brand, the political image.

Кутпанбаева Ж.Б.

### **Роль имиджа в позиционировании Казахстана на международной арене**

Имидж – это искусственно сложившийся образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании с помощью средств массовой коммуникации и психологического воздействия на общество в целом. При создании имиджа используется PR, пропаганда, реклама с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту или группе людей. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые [1].

Слово «image» заимствовано русским языком у английского и переводится как «воображение, представление». Образ, мотив, ампула, роль, маска, типаж, репутация – это не весь перечень смыслов данного понятия. Играя многообразные роли в обществе, «имидж» аккумулирует в себе различные культурно – исторические значения. В практике существует огромное количество определений имиджа и различных подходов к подразделению его видов [2].

Сегодня имидж – это, прежде всего, создаваемый образ, который продвигается на рынке специалистами по общественным связям. И хотя в других источниках «имидж» обычно понимается как искусственно моделируемый образ чего-либо (страна, организация, определенная личность), в реальной жизни имидж более близок к определению социального стереотипа, который может конструироваться, как стихийно, так и подчиняясь строгим правилам общества и продвигаться целенаправленно. Имидж можно определить как относительно устойчивое представление о каком-либо объекте.

Большинство знаний о мире являются знаниями на уровне имиджей. Еще Гераклит высказывался об эффективности восприятия: «Главное – это не то, что есть, а то, как мы это воспринимаем». Внимание к вопросу важности внешнего облика отчетливо прослеживается как в теоретическом осмыслении, так еще и в социальной практике. Как было сказано выше, английское сло-

во «image» происходит от латинского «*imago*», и является однокоренным по отношению к латинскому «*imitare*», что обозначает имитировать, представлять. В американских сборниках «*imago*» – это искусственная имитация внешнего образа какого – либо объекта.

Имидж государства – это совокупность общих представлений (состоящая из набора убеждений и ощущений), складывающихся у зарубежных граждан от страны в целом. Таким образом, представление об имидже включает в себя рациональную, или логическую составляющую, основанную на внутренней убежденности, и эмоционально – образную, базирующуюся на чувствах.

С недавнего времени имиджу государства из года в год уделяется большое внимание. Ведь грамотно построенный имидж страны влияет на ряд факторов, такие как политические отношения на международной арене, торговые связи государств, сельскохозяйственное положение и многое другое. Имидж страны подразумевает нематериальный актив, но он выстраивает целый механизм причинно – следственных явлений, которое будет выгодно его обладателю. Имидж выступает неким мостом между государством и целевой аудиторией. В данном случае целевой аудиторией имиджа страны выступают другие страны – партнеры, туристы, а так же сами граждане государства. Так же можно сказать, что имидж подразумевает способ коммуникации субъекта со всем миром, в основе которого положительный имидж влечет за собой социальный успех. Иными словами международный имидж государства на мировой арене это связь всего мира с данным государством в глобальных масштабах [3].

Хорошие впечатления о данной стране в первую очередь – это ее репутация в мировых глазах, другими словами общественное мнение о субъекте (государство), устойчиво складывающийся на основе качеств, достоинств, преимуществ, так же недостатков данной страны. Удачно построенный имидж в нынешних аспектах рыночных отношений становится одним из главных причин успеха страны.

Нынешняя ситуация на внешнеполитической арене заметно усложнилась и продолжает усложняться по сравнению с XX-м веком. В условиях глобализации, развивающейся высокими темпами, диверсификации сектора глобальных экологических,

социально – экономических, гуманитарных проблем, а так же новых угроз, самостоятельное государство в отрыве от мирового общества уже не в состоянии обеспечить свои интересы и независимость. В связи с этим возрастает роль насыщенности и динамизма международных отношений. Многие процессы и явления, которые ранее относились к внутренним делам страны (наука, образование, медицина, занятость населения и т. д.), сегодня уже выходят на международную арену, становясь важной частью международных отношений, тем самым расширяя и усложняя их. Одновременно развитие международных отношений привело к значительному расширению информационного поля и доступности информации, и как следствие, усложнению контролю над ней. Обилие информации по любому вопросу делает различный объект многоплановым. Процесс формирования и поддержания имиджа страны, в том числе на международной арене значительно усложнился. Доступность средств связи, высокая и динамичная информатизация общества, а так же виртуализация облегчают создания и функционирования имиджа государства в частности, представляет собой благоприятное и свободное поле для деятельности имиджмейкеров.

Имидж страны все больше определяет его вес на международной арене, уровень влияния в самых разносторонних вопросах, в том числе возможность отстаивания собственных интересов. Следовательно, формирование позитивного имиджа Казахстана за рубежом является на сегодня одной из актуальных задач государственной деятельности и работы Министерства иностранных дел РК.

Каждое действие и решение принятое внутри государства неизбежно несут в себе определенно имиджеформирующую информацию.

В Концепции внешней политики Казахстана на 2014-2020 годы, в соответствии с национальными интересами страны, обеспечение устойчивых позиций и формирование позитивного образа страны в глобальном сообществе, является одним из главных внешнеполитических задач на котором будут сосредоточены усилия. Активность информационного сопровождения внешней политики страны и создания за рубежом благоприятного образа государства возложена на Министерство иностранных дел Респу-

блики Казахстан. Министерство имеет возможность и уникальный опыт, позволяющий реализовывать задачу формирования имиджа государства на международной арене. Именно в механизме данного института реализуется системная и постоянная работа в этом секторе. На деле это выражается в целом ряде направлений. Так, в соответствии с Положением о Министерстве иностранных дел Республики Казахстан, установленным Правительством РК в соответствии с Указом Президента Республики Казахстан от 29 сентября 2004 года № 1449 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан», одними из задач центрального аппарата МИД РК является работа по улучшению инвестиционного климата и формирование положительного имиджа Республики Казахстан на международных рынках; распространению за рубежом информации о внешней и внутренней политике Республики Казахстан, социально-экономической, культурной и духовной жизни страны. Другое важное направление деятельности, напрямую связанное с формированием позитивного имиджа государства, это – работа с информацией.

Так, в феврале 2007 года в структуре МИД РК был создан Департамент международной информации, позже реорганизованный в Комитет международной информации, отвечающее за эту сферу и осуществляющее целенаправленную систематическую работу по формированию позитивного имиджа Республики Казахстан в мировом сообществе, как разработка имиджевых материалов и продуктов, проектов по продвижению имиджа экономического, культурно – исторического, территориально-географического, интеллектуального потенциала страны; международное партнерство и взаимодействие с зарубежными средствами массовой информации, аналитическими центрами, рейтинговыми агентствами мира по вопросам распространения информации о внешней и внутренней политике Республики Казахстан, достижениях в политической, экономической, социальной, гуманитарной, а также иных сферах деятельности в целях формирования положительного имиджа нашего государства; также осуществление информационно-пропагандистских мероприятий по взаимодействию с зарубежными СМИ, консалтинговыми компаниями, пиар – агентствами по реализации отдельных направлений ин-

формационно – имиджевой политики. Вместе с тем необходимо отметить, что могут оказать влияние на общий имидж страны, подорвать и/или даже дискредитировать ее любое частное решение, если оно вступает в противоречие с общей имиджевой концепцией государства. В этой связи, в Положении определены задача МИД РК по согласованию внешнеполитической деятельности различных государственных органов и структур с целью формирования однонаправленной, непротиворечивой политики на международной арене и выстраивания целостного имиджа государства.

В этой связи, особо важна координационная роль Министерства иностранных дел Республики Казахстан международной деятельности других центральных государственных органов Республики Казахстан в целях обеспечения проведения единого внешнеполитического, внешнеэкономического курса и инвестиционной политики Республики Казахстан в отношениях с иностранными государствами и международными организациями, что также нашло отражение в Положении. Следовательно, взаимодействие МИД РК с контрапартнерами, государственными органами, национальными компаниями по реализации информационно-имиджевых проектов также как и важность позитивного имиджа государства для эффективного отстаивания им своих интересов, поступательного развития и выстраивания взаимовыгодных партнерских отношений на международной арене имеет огромное влияние [4].

Целостность общественных связей является на сегодня одной из наиболее востребованной структурой взаимоотношений в современном мире. Внешняя и внутренняя политика страны, предвыборные кампании, эффективная работа с прессой, секреты формирования общественного мнения, имиджмейкинг, коммерческая и социально-политическая реклама, шоу – бизнес – это далеко не весь спектр деятельности Public Relations. Сегодня PR служат многим социальным институтам: профсоюзам, предприятиям, государственным учреждениям, добровольным ассоциациям, различным фондам, медицинским центрам, образовательным и религиозным организациям. Для достижения своей цели эти институты должны налаживать взаимовыгодные связи с различными целевыми группами и социальными аудиториями: ра-

бочими, участниками различных объединений, потребителями, местными общинами, акционерами и многими другими. Образ страны – это комплекс объективных взаимосвязанных между собой основ государственной системы, включающих экономических, географических, национальных, демографических и т.д., сформировавшихся в период эволюционного развития государственности как составной подсистемы глобального устройства, эффективность составных частей, которой определяет тенденции социальных, экономических, общественных, а так же политических и иных процессов. Имидж страны в главном смысле является общим трудом государства и его граждан. Процесс построения имиджа использует различные технологии, направленных на изучение рынка, его сегментации, особенностей по различным факторам – и как результат на производство заданных параметров имиджа. Создание имиджа выступает как длительный процесс, период которого равносильно времени присутствия государства на мировой арене. Определяя, что в нынешнем времени любой субъект, в итоге, зависит от того, в какой мере социум одобряет его активность, так же он сталкивается с проблемами формирования общественного мнения, в соответствии со своей программой и целью, считал один из родоначальников public relations Э.Бернайс. Сегодня мир неустанно переживает время изменений. Работа над конструированием образа страны, складывающегося на протяжении столетий, во многих уголках мира, становится неэффективной и мало продуктивной. Информационные технологии, дают возможность государствам успешно осваивать коммуникативное пространство и строить собственный имидж, а в дальнейшем воздействовать на социальное сознание. Сознательное построение характеристик образа страны и ее граждан имеет ввиду осмысление их существующих качеств и потенциальных возможностей, а так же сложившуюся геополитическую перспективу в мире. Процесс управления брендом страны берет начало задолго до разработки визуальных символов страны. Как правило, он осуществляется на основе философии, миссии, смысла существования нации, а в последующем определяется логическая цепь продвижения образа страны и ее позиционирования. Учитывая того, что имидж – это отражение важных сторон объекта, можно наполнить его целым набором выбранных характеристик

и дать описание при помощи различных методов и технологий. Так, в становлении имиджа страны важное значение уделяется его позиционированию и репутации в глобальном смысле.

Как показала практика в *public relations* понятия «репутация» и «имидж» весьма родственны по смыслу. В повседневной жизни люди так же часто используют эти понятия как синонимы. Как утверждают специалисты, вкладываемый в них смысл во многом похож. Одно значение перетекает в другое, поэтому не всегда просто определить, где мы имеем дело с репутацией, а где с имиджем.

Репутация – это мнение группы субъектов о человеке, группе людей или организации на основе определенного критерия. Репутация является важным фактором во многих областях: образование, бизнес, сообщества онлайн или социальный статус. Репутация является вездесущим, непосредственным и очень эффективным механизмом социального контроля в естественных обществах. Она является предметом исследования социальных, управленческих и технологических наук. Её влияние распространяется от таких конкурентоспособных параметров настройки, как рынки, к совместным – фирмы, организации, учреждения и сообщества. Кроме того, репутация действует на различных уровнях агентства – индивидуальном и выше – индивидуальном. На выше – индивидуальном уровне это касается групп, сообществ, коллективов и резюмирует социальные объекты (например, фирмы, корпорации, организации, страны, культуры и даже цивилизации). Соответственно, репутация затрагивает явления различного масштаба – от каждодневной жизни до отношений между нациями.

Репутация – фундаментальный инструмент общественного строя, основанного на распределённом, непосредственном социальном контроле [5]. Позиционирование – это создание и поддержание понятного имиджа. Позиционирование относится к долгосрочной стратегии, чем к краткосрочной тактике. Для создания позиции необходимо достаточное количество времени, и позиционирование не выполняется за кратковременную рекламную кампанию. Позиции включают устойчивые средства дифференциации и выполнение конкурентных преимуществ. Грамотно разработанные позиции и ее элементы устойчивы и готовы к дальнейшему развитию на рынке условиях конкурентной борьбы. В

этом подразумевается, что позиция может динамично меняться в периоды роста, зрелости и различных кризисных ситуациях. основополагающие комбинации существующих характеристик и имиджа должны работать во благо перспективы. Следовательно, важно чтобы позиция в перспективе должна была определена. Позиционирование базируется на основе получаемой выгоды [6].

На практике стратегия позиционирования включает три основных этапа: определение текущей позиции. На этом этапе необходимо выявить текущую позицию на рынке в условиях конкуренции; выбор желаемой позиции; определить цель для идеального выполнения поставленной задачи; разработка стратегии для достижения желаемой позиции.

Рассмотрим вышеизложенные этапы более подробней. Исходной точкой развития стратегии позиционирования является понимание позиции. В ином случае каждая отдельная страна имеет определенное место на международном уровне. Существует ряд подходов для изучения занимаемой позиции. Стратегия позиционирования зависит от выбора целевой аудитории и создания комплексного предложения для привлечения и удовлетворения целевого рынка лучшим образом, чем конкуренты. В управлении работы создания, продвижения имиджа и бренда страны важную роль принадлежат средствам массовой информации. Под их воздействием строится определенное отношение к государству и его гражданам. Исходя из построения позиционирования страны на рынке немаловажную роль играет маркетинг страны.

К каждой стране маркетинг ориентирован на поддержание ее имиджа, привлекательности для других стран – партнеров, их хозяйствующих субъектов, остальных социальных институтов и организаций, престижа в глобальных международных партий. Маркетинг страны не имеет связь с изменением ее границ и является некоммерческим, хотя важнейших экономических результатов данного маркетинга можно определить достаточно много. Это эффекты реализации финансовых, технологических, геофизических и кадровых ресурсов, так же рост объемов и активизация внешней деятельности, итоги участия в международных проектах и др. Одним из важных факторов деятельности в маркетинге страны – это целенаправленное формирование, положительное развитие и продвижение имиджа страны. Имидж страны, так и

его составных областей существует на нескольких уровнях осознания – бытовом, социально – экономическом, деловом, финансовом и остальных. Он подразумевает совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сравнения всех характерных признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание желаемого образа. Все вышеперечисленные факторы дают возможность при упоминании названия, сразу же сконструировать целую цепь представлений по отношению к выбранной стране. Для выявления имиджа страны в подсознании общества, то есть на бытовом уровне психологии, используют целый список характеристик и параметров: символов, особенностей менталитета нации, ее культуры, истории, а так же негативных аспектов жизнеобеспечения, коммуникативных препятствий.

#### Литература

1. Гуревич П. С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991. – С. 221. ISBN 5-210-02533-0.
2. Королько В.Г. Основы Паблик Рилейшнз. – Киев, 2002. – С. 17.
3. Тлепбергенова А.А. Страновой Имидж. – Алматы, 2011. – С. 6.
4. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 октября 2004 года № 1118.
5. Портер М. Имидж для страны. – М., 2000. – С. 75.
6. Глузов Э. Основы PR – М., 2004. – С. 145.
7. Груниг Д. Функциональный PR. – 2000. – С. 58.
8. Поцепцов Г. Имиджеология – М., 2001. – С. 67,
9. Сэм Блэк. Паблик Рилейшнз. Что это такое ? – М., 1990. – С. 103.

**Tussupova A.K., Smagulova A.S.,  
Uzbekova Zh.V., Morev N.O.,  
Mukhitov A.Z., Izvekov V.S.**

## **PR-specialists and translators – a lot in common!**

### **Introduction**

Language is not only a way of expressing thoughts, but it also carries a lot more information. By the language, the style of communication, one can even determine the psychotype of a person, his imperious ambitions, some inclinations. There is even such an approach, called discourse analysis, which analyzes the socio-psychological characteristics of a person through language.

In this article, we would like to touch on the essential role of translation and interpretation of terminology among PR specialists, and when analyzing the language, one can come to conclusions that at first glance are not striking. Because in the United States and in Western Europe, such a negative attitude is not observed. If such an attitude towards PR in post-Soviet countries is mostly associated with the unethical behavior of the PR people themselves, then there is a subconscious role of the language itself, or rather, would-be translators who translated terms from English into Russian, and then into other languages. It is also no secret that many terms were translated into Russian without taking into account the specifics of the profession, which not only distorted many concepts and terms, but also added a negative to the profession of a PR specialist. In this way, let's start with such elementary terms as Public relations, Media relations.

At the moment, these terms are translated respectively as «public relations» and «media relations». For discourse analysis, we will take not so much a purely textual meaning, but rather the meaning that we attach to these words in everyday life, in everyday life. For example, in everyday life, in Russian, when they use the word «connection», they mean something intimate, private. For example, when they say “he has connections,” it means some kind of proximity, influence, but of a private nature. The same is about personal life. When they say «he has a connection with a woman,» they again mean that this connection, which is not customary to talk about, is a hidden connection. And when they say, for example, «he is in a relationship with her,» it

means that the «relationship» is something official, not hidden from anyone, everything is honest and transparent. So, for all Western specialists, in terms of Public Relations, Media relations, the word «relations» means exactly «relations», that is, something honest, clear and transparent. Western experts do not say «Public connections» or «Media connections», namely, relations. In addition, relationships always imply that they are long-term, honest, open, while relationships can often be short-term and private.

### **The main body.**

Many people have little understanding of the difference between being an interpreter and a translator. It seems that both translators, the main thing is to know the language, and orally or on paper is the tenth thing. In fact, interpretation and translation are two very different activities in essence, requiring different skills and even different knowledge. Translation to translation is different. It is not for nothing that interpreters and translators are referred to in English by different words: “interpreter” and “translator”. To a person unfamiliar with the subject, it seems that there is a minimal difference between oral and written translation. They just translate the word orally, and the other just writes them. In fact, there is a huge difference between them in the translation process itself, in the difficulties that must be overcome by the one and the other, in the professional techniques and skills they use, and, finally, simply in the required talents. The translator must have a good written syllable, must be able to expressively use words, phrases, hints, omissions and other linguistic nuances that exist in different languages on paper. The translator must know the native language enough to convey the linguistic and semantic nuances of the translated text as accurately as possible. This means that the translator does not even have to be bilingual in the full sense of the word. He must have the skill to work effectively with a written source in another language, but when it comes to interpretation, the skills of the translator must be substantially different. Thus, the translator works in a one-dimensional aspect: his source is words on paper, and the final result of his work is also on paper. A completely different picture takes place when interpreting. An interpreter must be able to translate oral speech in two directions at once. However, he, as a rule, does not have the opportunity to use any auxiliary materials – dictionaries, abstract

or expert materials. An interpreter is required to find a solution to linguistic problems immediately, here and now. And in addition to the actual translation, the interpreter should also serve as a kind of bridge between people, conveying their tone, hints, emotions.

Thus, it turns out that the PR people themselves (or translators) turn the PR profession not into an open and honest one, but a private one. The same applies to “investor relations” – “relations with investors”. It would be more accurate to translate everything as public relations, relations with the media, relations with investors. For example, another term is “target audience”. In marketing, in English, there is the term “target audience”, which in a rough translation means “targeted audience”, the audience of which we want to sell something and therefore target it, that is, we push it some product. According to the marketing paradigm, this is normal, and here the “target audience” is quite an adequate translation. But in PR, in Western countries, the term “target audience” is not used to mean “target audience”, but such a term as “key publics” is used. If we translate the word “publics” into Russian, then the word “public” is better suited. In Western countries, it is understood that in marketing we push the product and therefore target the audience, and in PR we inform it and therefore the term “publics” is used.

Consequently, if we compare further, in Western countries nothing is pushed through public relations in Western countries, nothing is sold, it is informed, convinced. And in Russian, the use of the term «target audience» implies that in PR we are selling something, pushing something to the audience. And accordingly, in Western countries, a PR specialist is a person who convinces and, consequently, is trusted. And the one who pushes something, sells is not entirely trusted, not to mention the fact that sellers are often equated with scammers. Or another example with the term crisis communications. In terms of Western PR, this term means communication during a crisis. That is, the crisis is seen as a situation from which it is necessary to find a way out, to communicate during the crisis. And this term was translated into Russian as anti-crisis communications, that is, to fight against the crisis.

If in the Western paradigm a crisis is an inanimate one and a situation from which one must get out, then in Russian the crisis takes on the character of some kind of animate one, against which one must

fight, which is fundamentally wrong. That is, subconsciously it turns out that communication is aimed at managing or solving a problem. Although in fact, communication is the translation of an already made decision, a fact, but when making decisions, the communication aspect must be taken into account. In this regard, the very term anti-crisis communications smacks of manipulation rather than PR. The term «PR», which is widely used in Russian, is also more like manipulation than open, honest communication. In the West, there is the term negative campaigning, that is, to conduct a negative campaign against someone or something, this is very often used in elections. But there is no such nonsense as to divide PR into black, gray or white.

The term “public relations” is a literal translation of the English phrase “public relations” (PR). In some translations, PR sounds like «public opinion shaping» (POS).

### **Literary Review**

For the first time the term “public relations” was used by the US President T. Jefferson in 1807 in his “Address to Congress”. It should be noted, however, that in this context it concerned only international relations. In 1882, Yale Law School professor D. Eaton applied it in his lecture “Public Relations and the Duties of the Legal Profession.” Further use of this term is associated with the activities of A. Ledbetter Lee, who founded the first public relations agency in the USA in 1904. From now on, a record of the widespread use of PR by the US media can be kept.

Therefore, with a high degree of probability, it can be assumed that at that time period and up to the 60s. for obvious reasons, no translation of the term «public relations» could yet enter the Russian language. «Thaw» of the 60s. opened access for specialists to Western printed sources of information. During these years, domestic publishing houses began to publish translated literature on topical issues of politics, economics and technology. It was then that the Russian translation of the term «public relations» appeared as «communication (connections, interaction) with the public.» There are many definitions of PR. One of the classic definitions of public relations sounds like this: PR is the art and science of analyzing trends, predicting their consequences, issuing recommendations to the organization’s management and implementing action programs in the interests of both

organizations and the public. According to another definition, PR is considered as any communication carried out mainly for the purpose of creating prestige and ensuring goodwill on the part of everyone on whom the success of the organization depends: its own employees, clientele, authorities, the public, the general population. PR can also be seen as a planned continuous effort aimed at creating and maintaining goodwill relations and mutual understanding between the enterprise and the public. PR is cash stimulation of demand for a product, service or activity through the placement of commercially important news in publications or receiving favorable presentations in the media, which are not paid by a particular sponsor. In other words, PR is modern methods and means of implementing the marketing policy of an enterprise, aimed at real and potential consumers of goods and services, establishing relationships between producers and consumers in the process of creating, producing, selling and operating a product.

Along with public relations, another term, “publicity”, is also in use. Publicity – any commercially important messages about goods, services or enterprises, transmitted by means of mass communication, but not paid by the interested party. Publicity usually takes the form of news reports or editorial comments in the press about an enterprise’s products or services. This information or commentary receives free newspaper space or airtime because media representatives find the information useful to their readers or viewers. Later, marketers realized the feasibility of using a wider arsenal of public relations means than publicity. Public relations began to be considered the most important element of the communication complex, and publicity was included in it. Public relations starts where advertising ends. This, at first glance, paradoxical statement has a deep meaning. It is the essence of a change of milestones, a reflection of qualitative changes in the market.

Pure advertising began to satisfy the advertiser less and less with its hard-to-predict performance. The consumer has ceased to distinguish the offered goods or services among similar ones only by advertising offers.

Public relations can be viewed as the art of creating a favorable attitude towards the manufacturing firm not only of potential clients, but also of the rest of the population, government officials, and public organizations. The success of an enterprise depends on how trusting people relate to it, therefore work with the public should be more sys-

tematic, planned, purposeful than advertising. It should be borne in mind that advertising of goods that, for one reason or another, entered the recession phase, can and should be stopped, and work with the public must be carried out starting from the moment the goods enter the market, while the goods are on the market and ending with their departure from the market. looking forward to his return.

The formation of a favorable public opinion should be based on the idea that a given product is produced and sold in the interests of the consumer, and not just for the sake of profit. This idea needs to be communicated to the public through mass communication. [1]

## **Results**

Nowadays, one of the most important components of a PR specialist's competence is the ability to develop connections with foreign audiences: foreign partners and clients of the company, head offices and representative offices abroad. The increase in the share of domestic companies in the world market and the strengthening of their influence on international economic, political and cultural processes cannot but rejoice. On the other hand, this trend raises a number of questions, not the least of which is the problem of high-quality translation of articles, news, press releases, PR projects, reports, etc. into a foreign language. Quite often, the work of a PR manager also requires oral simultaneous or consecutive translation. For example, when organizing press conferences, round tables or presentations. The specifics of PR translation in its two guises – oral and written – will be discussed.

## **Written PR translation**

Distinctive features of written translation of PR materials (press reviews, clippings, interviews, press releases, etc.) are the “brightness” of the text, memorability of headings, orientation, first of all, on the interests of readers. Laconicism, freshness and originality of the author's language can also be attributed to the obligatory attributes of a good PR-text. In order for the news to achieve its goal for a foreign language target audience, it is necessary to preserve, and preferably increase, all of the listed components. Such a task can only be done by a highly qualified translator who has experience in working with PR-documentation and realizes its purpose. Of course, one should not argue that translation of PR-texts is akin to literary translation, but

certain points of contact are obvious – in both cases we are dealing with the creativity and flight of imagination of both the author and the translator. It should also be noted that in PR translation, it is important to preserve the structure of the source text, since the construction of, for example, a press release is associated with the sequential highlighting of semantic accents to facilitate perception. “The need for translations for public relations has been seriously discussed only in recent years. Nevertheless, as our work experience shows, there is a growing understanding among PR specialists that the success of an organized event depends, among other things, on translation. Public relations in general is a very dynamic field, so translation is usually needed urgently, but in order not to compromise the quality. Only professional translators in the field of PR can cope with such a task, many of whom are successfully cooperating with our company, “ says Dmitry Beloshapkin,[2] General Director of the It is interesting to compare, for example, two translations of the same press release, one of which was made by a “regular” translator, and the other by a translator from the “Exprimo” company specializing in PR-topics. Our task in this case will not include a detailed analysis of the selection of language units. For example, from the point of view of a PR specialist, “media relations” is better translated as “contact for journalists” (the first option is “communication with the media”), and to say “client exhibition” is more accurate and laconic than “exhibition for customers”. PR translation is also distinguished by great concreteness, confidence in the message and concentration of thought. The proposal «The company is going to announce a revolutionary new software platform at a customer conference in Italy» after the PR translator was revised became «The company will present a revolutionary software platform.» In the opinion of a PR specialist, writing a «business model» is more organic and understandable for the Russian audience than a literal «business model». A PR-translator, in contrast to a non-specialist translator in this field, always remembers the peculiarities of the target audiences who will read the text, so he uses the terminology they understand, professional jargon. If the text is aimed at bank employees and financiers, then it is more expedient to use «self-service banking and security systems» than «ATMs and security systems and services.» The PR-specialist does not forget about preserving the brightness of the original text, the need to be remembered by the readers, therefore,

to replace the neutral and long «creates exceptionally high requirements», «anticipating this growing market demand» come short and figurative expressions – «toughens the requirements» and «boom». From the point of view of a PR specialist, uniformity in the design of translations is also very important. A good example in this case is when the same header is given for the American and European translation: “European Media and Market Review”, “American Media and Market Review”. Translating the names of Western companies, print media, etc. into Russian, the translator should remember that it is better to keep them intact in PR-texts, not transliterate, for example, GavinAnderson, BASF, Associated Press, FT (Financial Times), The Times. The above approach, of course, does not apply to Russian firms, whose names are more logical to write in Russian, for example, TNK-BP. When adapting a PR text for a Russian audience, it is better to avoid literal translation of foreign expressions, for example, such as «business activity», «business newspaper» and russify phrases to the end – «main activity», «business newspaper».

The professional jargon of PR specialists allows one to say, for example, «positive article», however, in written PR-translation it is better to interpret such expressions, for example, «article of a positive character / tone» or «the article presents the company in a positive light.» Depending on the context, you should select the most favorable phrases from a literary point of view, since the material will be read not only by PR specialists. Of course, there are a lot of nuances in PR translation that are significant for its target audiences, but I think the main differences of such translation are tangible even in the examples we have analyzed.

### **Interpretating of PR**

Interpretating of PR also requires special training, deep erudition and extensive knowledge from the translator. Quite often, PR-specialists involve translators to work at press conferences, seminars, round tables, opening of monuments and enterprises. In order for the speech, for example, of the head of a company to impress not only compatriots, but also foreign partners, the translation must be adequate and interesting for a foreign audience. Translation of names of products or services, brands of well-known companies, special marketing moves and promotions deserves close attention from the translator. An ex-

perienced translator receives information about the company's line of business, whenever possible, before an important event, and takes note of those difficult moments, the exact translation of which is especially important for establishing effective communication.

It is clear that no one is immune from mistakes. A literal or ill-conceived translation can be consonant with other words in the language, which for foreigners have a negative connotation. A fairly well-known example, when General Motors did not take into account the peculiarities of the Spanish language, introducing a new brand of Chevrolet Nova on the Latin American markets. The fact is that in translation from Spanish the name sounds like «cannot move.» However, unpleasant situations can be avoided or, at least, the risks of “failed” translation can be minimized, if you carefully and competently relate to the selection of companies that provide translation services.

In oral translation, the question remains open: is it the translator's competence to soften the harsh statements of the translated speaker? The issue is still being discussed in professional circles and within the walls of higher educational institutions.

### **Discussion**

A funny trend was noticed by some PR agencies – it turns out that among their employees there is a considerable percentage of those who previously worked as a translator.

A striking example of this is Yuliana Slashcheva, one of the most famous PR specialists in Russia, President and CEO of the Mikhailov & Partners. Strategic Communications Management “. At the beginning of her career, thanks to her good knowledge of English, she worked as a translator for an American company. Moreover, already during the interview, the owner of the company noted not only Yuliana's outstanding talent as a translator, but also brilliant prerequisites for working as a PR specialist, and therefore suggested combining both professions. Knowledge of the language came in handy when organizing conferences for Russian businessmen in the United States and communicating with the English-language media. Yuliana Slashcheva's successful career and her “transformation” from a translator into a PR specialist is perhaps one of the most illustrative examples of the fact that many excellent PR specialists “came” into the profession from translators.

It is no coincidence that recruitment agencies send representatives of this particular profession for interviews at PR agencies, since a good PR specialist and a translator have a lot in common. Starting with professional qualities, such as diligence, imaginative thinking, developed communication skills, responsibility, and ending with the role that their craft plays in the life of society.

About a year ago, on one of the forums on the Internet, the topic of similarities between the professions of a translator and a PR specialist was actively discussed, during which it was stated that they had in common the absence of their own content. It was suggested that, in fact, both professions are service, intermediary, which only broadcast some content. Thus, PR specialists «translate» the language of businessmen and managers into a language that is understandable to potential investors, professional communities, the media, etc.

This approach undoubtedly carries a rational kernel, but if you look more broadly, it becomes obvious that the content of both professions is still there, and it is even somewhat similar. A brilliant translation (especially of literary works) becomes almost an independent work, a part of the translator's soul, as well as a masterfully written press release or a PR campaign that had a wide public response. The commonality of the missions of both the translator and the PR specialist is that, in a global sense, they «connect» people with each other for successful communication and activity.

### **Conclusions**

To explain the difference between translation and interpretation, we will present the main differences between these two types of translation work. A translator usually has enough time to think (which is a luxury for an interpreter), he also has at his disposal printed resources (dictionaries, materials on the topic, etc.), and is also free to take a break from his work when he wants to. Thus, the translator often works under relatively little pressure. An interpreter is required to find a solution to linguistic problems immediately and the psychological pressure during such work is immeasurably higher. The work of an interpreter is especially difficult in the event of intense, conflicting negotiations. In this case, the translator must have not only great professionalism, but also diplomacy. Thus, the role of an interpreter in oral translation is much more complex than in translation, since an

interpreter must deal with both language and people at the same time. There are also two methods of interpretation, known as consecutive and simultaneous. Simultaneous translation means real-time translation. Many have seen an interpreter in a special booth, wearing a pair of headphones on his head and speaking into a microphone – such a picture can be observed at major conferences or serious diplomatic meetings, for example, in the EU or the UN. A simultaneous interpreter has the most difficult task of instantly realizing what one person is saying, and immediately translates it to other people. One of the key skills that a simultaneous interpreter must demonstrate is determination. He must think quickly and not lose focus. Consecutive interpretation is performed at face-to-face meetings, for example, during negotiations or during translation during court hearings. The speaker usually pauses from time to time in his speech after a few sentences spoken to allow the translator to translate what was said before moving on. A key skill in consecutive interpretation is remembering exactly what has just been said. These are the main differences between interpretation and translation.

All PR specialists of CIS, including Kazakh PR specialists or translators who translate PR terms from Russian into Kazakh, should be more attentive and translate better in terms of the meaning of the Western PR school than from Russian. Translation of terminology into Kazakh from the Western PR school will be much more effective. And maybe a correct translation will help PR as a discipline / profession become more respected, adequately perceived and appreciated. Otherwise, the very terminology used in Russian subconsciously pushes people to think that PR people are manipulators. [3]

### References

1. Tsakhaev R.K., Murtuzaliev T.V., Aliev S.A .. Fundamentals of marketing.– M.: Publishing house “Exam” .. 2005
2. Dmitry Beloshapkin General Director of the International translation company “Exprimo” 2015
3. <https://kursiv.kz/opinions/2015-08/slozhnosti-perevoda-ili-o-tom-pochemu-pr-vosprinimaetsya-kak-manipulyaciya>

**Abstract.** In this article, the essential role of translation and interpretation of terminology among PR specialists is discussed, and when analyzing the language, one can come to conclusions that at first glance are not striking. Because in the United States and in Western Europe, such a negative attitude is not observed. If such an attitude towards PR in post-Soviet countries is mostly associated with the unethical behavior of the PR people themselves, then there is a subconscious role of the language itself, or rather, would-be translators who translated terms from English into Russian, and then into other languages. At the moment, these terms are translated respectively as “public relations” and “media relations”. For discourse analysis, we will take not so much a purely textual meaning, but rather the meaning that we attach to these words in everyday life, in everyday life.

**Key words:** Language, style, terms, translation, discourse, analysis

**Аңдатпа.** Бұл мақалада біз PR мамандары арасында терминологияның жазбаша және ауызша аудармасының маңызды рөліне тоқталғмыз келеді және тілді талдағанда бір қарағанда таңқаларлық емес тұжырымдарға келуге болады. Себебі АҚШ пен Батыс Еуропа елдерінде мұндай теріс қатынас байқалмайды. Егер посткеңестік елдердегі PR-ға деген мұндай көзқарас көбінесе PR-дің этикалық емес мінез-құлқымен байланысты болса, онда тілдің өзі, дәлірек айтқанда, терминдерді ағылшын тілінен орыс тіліне, содан кейін басқа тілдерге аударған қайғы-аудармашылардың саналы рөлі бар. Қазіргі уақытта бұл терминдер сәйкесінше “қоғаммен байланыс” және “БАҚ-пен байланыс” деп аударылады. Дискурстық талдау үшін біз таза мәтіндік мағынаны ғана емес, күнделікті өмірде, күнделікті өмірде осы сөздерге көбірек мән береміз.

**Түйін сөздер:**Тіл, стиль, терминдер, аударма, дискурс, талдау

**Аннотация.** В этой статье рассматривается существенная роль письменного и устного перевода терминологии среди PR специалистов, и при анализе языка можно прийти к выводам, которые на первый взгляд не бросаются в глаза, так как в США и в странах Западной Европы негативного отношения к PR не наблюдается. Если такое отношение к PR в постсоветских странах связано в большинстве своем с неэтичным поведением самих PR-специалистов, то тут есть подсознательная роль и самого языка, вернее, тех переводчиков, которые переводили термины с английского языка на русский, а потом на другие языки. На данный момент эти термины переводятся соответственно как «связи с общественностью» и «связи со СМИ». Для дискурс-анализа возьмем не столько чисто текстовое значение, а больше значение которое мы придаем этим словам в быту, в повседневной жизни.

**Ключевые слова:** Язык, стиль, термины, перевод, дискурс, анализ

УДК 372.851.02, 372.800.4.02

Хакимова Т.Х., Спабекова Ж.Х.

## О концепции информационной безопасности Республики Казахстан

Использование многофункциональных возможностей компьютерной техники при подготовке молодых специалистов делает образовательный процесс в вузе интересным и доступным. Словосочетание информационная безопасность в разных контекстах может иметь различный смысл. Состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере определяется совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства. К информационной безопасности относят также проблемы формирования культурного, духовно-нравственного наследия, исторических традиций, патриотизма и гуманизма. Эти компоненты общественной жизни – важнейшая часть менталитета, характера и душевного строя народов. Все виды национальной безопасности тесно взаимосвязаны и взаимно дополняют друг друга: каждый из видов безопасности, может достаточно ярко проявляться в сфере действия другого, дополняя или ослабляя его влияние.

### *Актуальность*

Изучения темы информационной безопасности обусловлена следующими факторами:

- высокие темпы роста парка персональных компьютеров, применяемых в самых разных сферах деятельности;
- резкое расширение круга пользователей, имеющих непосредственный доступ к вычислительным ресурсам и массивам данных;
- увеличение объемов информации, накапливаемой, хранимой и обрабатываемой с помощью компьютеров и других средств автоматизации;
- сосредоточение в единых базах данных информации различного назначения и различной принадлежности;
- бурное развитие программных средств, не удовлетворяющих даже минимальным требованиям безопасности;

- повсеместное распространение сетевых технологий и объединение локальных сетей в глобальные;
- развитие глобальной сети **Internet**, практически не препятствующей нарушениям безопасности систем обработки информации во всем мире.

*Информационная безопасность.*

Это состояние надежной защищенности культурного достояния страны, интеллектуальной собственности хозяйствующих субъектов и граждан, специальных сведений, составляющих государственную и профессиональную тайну. Вопросы информационной безопасности занимают особое место, и в связи с возрастающей ролью в жизни общества требуют к себе все большего внимания. Успех практически любой деятельности в немалой степени зависит от умения распоряжаться такой ценностью, как информация. Информацию без преувеличения можно отнести к одному из решающих ресурсов развития. Она в современном мире активно влияет на все сферы жизнедеятельности не только отдельных государств, но и всего мирового сообщества. Однако в определенных случаях информация может быть использована не только во благо, но и во вред интересам личности, общества и государства. Поэтому роль информационной безопасности в системе национальной безопасности не только существенно возрастает, но и выходит на первый план. Национальный информационный ресурс стал одним из главных источников экономической мощи как государства в целом, так и отдельных финансовых, научно-исследовательских и производственных субъектов. В этой связи необходимо сформулировать государственные интересы в информационной сфере, провести оценку эффективности существующей системы безопасности и наметить первоочередные меры по ее совершенствованию. Определение приоритетов в обеспечении информационной безопасности Республики Казахстан основывается на выявлении соответствующих угроз в информационной сфере, поиске путей их преодоления, разработке механизмов обеспечения информационной безопасности и т.д. Основой для реализации приоритетов информационной безопасности является устойчивое и бесконфликтное развитие государства, развитое гражданское общество, способное контролировать и корректировать государственные позиции в информационной сфере, гарантированная безопасность общества и личности[1].

### *Концепция информационной безопасности*

Защита информации – это комплекс мероприятий, направленных на обеспечение информационной безопасности. Цель мероприятий в области информационной безопасности защитить интересы субъектов информационных отношений. Концепция информационной безопасности Республики Казахстан разработана на основании Конституции Республики Казахстан и законов Республики Казахстан: “О национальной безопасности Республики Казахстан”, “О государственных секретах”, “О борьбе с терроризмом”, “Об электронном документе и электронной цифровой подписи”, “Об информатизации”, “О противодействии экстремизму” и др. [2].

*Экономическая безопасность.* Это защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства в экономической сфере от внутренних и внешних угроз. Также это состояние, в котором народ может суверенно, без вмешательства и давления извне, определять пути и формы своего экономического развития. Опасности могут быть: международные (глобальные и региональные в смысле регионов мира), национальные, локальные (или региональные в смысле регионов страны) и частные (фирм и личности).

#### *Пути экономической безопасности*

1. Отказ от навязывания моделей развития, от экономического и политического принуждения.
2. Уважение законности существования различных форм собственности и интересов.
3. Признание принципов равноправия государств вне зависимости от социального и политического строя.
4. Свобода выбора пути, развития и форм организации экономической жизни.
5. Суверенитет государств над природными ресурсами и экономическим потенциалом в своих странах.

#### *Концепция экономической безопасности*

Обеспечивает сотрудничество государств в решении глобальных проблем человечества и станет основой мирного сосуществования в безъядерном и ненасильственном мире, гарантией прогресса в деле ликвидации экономической отсталости и слабо-развитости.

Объекты: государство, его экономическая система и все его природные богатства, общество с его институтами, учреждениями, фирмами и личностью.

Субъекты: функциональные и отраслевые министерства и ведомства, налоговые и таможенные службы, банки, фонды и страховые компании, производители и продавцы продукции, работ и услуг и т.д.

Предмет – определение и мониторинг факторов, подрывающих устойчивость социально-экономической системы и государства в краткосрочной перспективе.

#### *Военная безопасность*

Военная политика проводится на основании положений, разработанных в военной доктрине РК (совокупность официальных взглядов, определяющих военно-политические, военно-стратегические и военно-экономические основы обеспечения военной безопасности РК). В военной доктрине конкретизируются применительно к военной сфере установки Концепции национальной безопасности РК.

Цели: Предотвращение, локализация и нейтрализация военных угроз РК.

Правовая основа Военной доктрины: Конституция РК и др. законы; Международные договоры РК в области обеспечения военной безопасности. Руководство обеспечения военной безопасности РК осуществляет Президент РК, который является Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами РК [2].

#### *Экологическая безопасность*

В результате активного воздействия цивилизации на окружающую среду степень ее загрязнения возрастает с каждым годом. Особенно сильно это негативное влияние в: местах экологических катастроф; местах нерационального использования минеральных ресурсов и вредных отходов производства.

Охрана атмосферного воздуха и водные объекты. Это ключевая проблема оздоровления окружающей природной среды. Атмосферный воздух занимает особое положение среди других компонентов биосферы. Загрязняющие отрасли: теплоэнергетика; предприятия металлургии; нефтедобыча и нефтехимия; автотранспорт; производство стройматериалов. и др.

*Целями защиты информации являются:*

- предотвращение разглашения, утечки и несанкционированного доступа к охраняемым сведениям;
- предотвращение противоправных действий по уничтожению, модификации, искажению, копированию, блокированию информации;
- предотвращение других форм незаконного вмешательства в информационные ресурсы и информационные системы;
- обеспечение правового режима документированной информации как объекта собственности;
- защита конституционных прав граждан на сохранение личной тайны и конфиденциальности персональных данных, имеющих в информационных системах;
- сохранение государственной тайны, конфиденциальности документированной информации в соответствии с законодательством;
- обеспечение прав субъектов в информационных процессах и при разработке, производстве и применении информационных систем, технологии и средств их обеспечения.

Современный период развития цивилизованного общества характеризует процесс информатизации. Широкая информатизация всех сфер жизнедеятельности общества принципиально изменяет роль информации и информационных технологий и приводит к глобальным изменениям в информационной сфере мирового сообщества. По мере развития и усложнения средств, методов и форм автоматизации процессов обработки информации повышает зависимости общества от степени безопасности используемых им информационных технологий.

- доступность (возможность за разумное время получить требуемую информационную услугу);
- целостность (актуальность и непротиворечивость информации, ее защищенность от разрушения и несанкционированного изменения);
- конфиденциальность (защита от несанкционированного прочтения).

При этом все средства, методы и мероприятия, используемые для защиты информации объединяются в единый целостный механизм – систему защиты.

Информационной безопасности выделяют следующие направления защиты информации [3]:

1. **Правовая защита** – это специальные законы, другие нормативные акты, правила, процедуры и мероприятия, обеспечивающие защиту информации на правовой основе.

2. **Организационная защита** – это регламентация деятельности и взаимоотношений исполнителей на нормативно-правовой основе, исключающей или существенно затрудняющей неправомерное овладение конфиденциальной информацией и проявление внутренних и внешних угроз.

3. **Инженерно-техническая защита** – это совокупность специальных органов, технических средств и мероприятий по их использованию в интересах защиты конфиденциальной информации. По функциональному назначению средства инженерно-технической защиты классифицируются на следующие группы:

- *физические средства*, включающие различные средства и сооружения, препятствующие физическому проникновению (или доступу) злоумышленников на объекты защиты и к материальным носителям конфиденциальной информации и осуществляющие защиту персонала, материальных средств и финансов и информации от противоправных воздействий;

- *аппаратные средства* – приборы, устройства, приспособления и другие технические решения, используемые в интересах защиты информации. В практике деятельности предприятия находит широкое применение самая различная аппаратура, начиная с телефонного аппарата до совершенных автоматизированных систем, обеспечивающих производственную деятельность.

- Основная задача аппаратных средств – обеспечение стойкой защиты информации от разглашения, утечки и несанкционированного доступа через технические средства, применяемые в производственной деятельности;

- *программные средства*, охватывающие специальные программы, программные комплексы и системы защиты информации в информационных системах различного назначения и средствах обработки (сбора, накопления, хранения, обработки и передачи) данных;

- *криптографические средства* – специальные математические и алгоритмические средства защиты информации, переда-

ваемой по системам и сетям связи, хранимой и обрабатываемой на ЭВМ с использованием разнообразных методов шифрования.

Для реализации защиты информации создается система безопасности.

**Системой безопасности** понимается организационную совокупность специальных органов, служб, средств, методов и мероприятий, обеспечивающих защиту жизненно важных интересов личности, предприятий, государства от внутренних и внешних угроз. В рамках системы безопасности присутствует система защиты информации[2].

**Система защиты информации (СЗИ)** – это организованная совокупность специальных органов средств, методов и мероприятий, обеспечивающих защиту информации от внутренних и внешних угроз. Необходимость комплексного обеспечения безопасности информационных технологий, влечет создания систем необходимого определенные теоретические знания:

1. что представляет собой защищенная информационная система;
2. что такое система защиты информации и какие требования предъявляются к ней;
3. какие существуют угрозы и причины нарушения безопасности информационных технологий;
4. какие функции защиты и каким образом должны быть реализованы, как они противодействуют угрозам и устраняют причины нарушения безопасности;
5. как построить комплексную систему защиты информации;
6. как достичь высокого уровня безопасности при приемлемых затратах на средства защиты информации и многое, многое другое [4].

### Литература

1. Хакимова Т.Х. Иновационные методы обучения информатике: учебное пособие. – ISBN 996545.2. – Алматы: NURPRESS, 2013. – 270 с.
2. Хакимова Т., Спабекова Ж. Заманауи жүйелердегі ақпараттың қауіпсіздігін қамтамасыздандыру әдісі // Устойчивое научно-технологическое развитие: тренды и технологии. – Туркестан, 28 октября 2016 г.
3. Хакимова Т. О безопасности и защиты информации в курсе информационных технологий. ISBN 978-601-298-446-0. Материалы VII Международная научно-методическая конференция «Математическое мо-

делирование и информационные технологии в образовании и науке (ММ ИТОН)» 1-2 октября 2015 года. – Алматы. – 543-546 с.

4. Хакимова Т., Емел А. О Роли защиты информации в локальных сетях / V всероссийская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых. – Новокузнецк, 23-27 марта 2015 года.

**Аннотация.** Тема статьи о концепции информационной безопасности, использования современных информационных технологий в учебном процессе, понятие национальной безопасности и виды безопасности, роль и место системы обеспечения информационной безопасности в системе национальной безопасности РК.

**Ключевые слова.** Многофункциональных возможность компьютерной техники, безопасность информационных технологий, защита информации, глобальная сеть, национальная безопасность, концепция информационной безопасности.

**Abstract.** The topic of the report is intended, about the concept of information security, the use of modern information technology in the educational process. The concept of national security and types of security. The role and place of the information security system in the national security system of the Republic of Kazakhstan. Justification of the problem of information protection in information systems

**Key words.** Multifunctional capabilities of computer technology, software, information technology security, information protection, global network, national security.

**Андатпа.** Баяндаманың тақырыбы ақпараттық қауіпсіздікті білім беру жүйесінде заманауи ақпараттық технологияларды қолдану. Ұлттық қауіпсіздік ұғымы және қауіпсіздік түрлері. Ақпараттық қауіпсіздік жүйесінің Қазақстан Республикасының ұлттық қауіпсіздік жүйесіндегі рөлі мен орны. Ақпараттық жүйелердегі ақпаратты қорғау мәселесінің негіздемесі. Ақпараттық қауіпсіздік тұжырымдамасы.

**Түйін сөздер.** Компьютерлік технологиялар, ақпараттық технологиялар қауіпсіздігі, ақпараттық қауіпсіздік, ғаламдық желі, ұлттық қауіпсіздік.

## Глава II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Бекболатұлы Ж.

### Қазақстандағы қоғаммен байланыс трансформациясы немесе «Берік Уэли моделі» туралы

Қоғаммен (жұртшылықпен) байланыс (ағылшынша қысқарған атауы-PR) институты Қазақстанда саяси сананың дамуы және биліктің халықпен тілдесуге, қарым-қатынас орнатуға ұмтылысы сынды себептерге орай пайда болды. XX ғасырдың 90-жылдары жамиғат өмірінің әлеуметтік-саяси тұрғыдан қайта құрылуына коммуникацияның жаңа жүйелерінің ақпараттық үдерістерге дендеп енуі де түрткі болды деп айта аламыз. Осыған орай тілге тиек болып отырған PR-дың біздің елімізде кәсіби, қолданбалы және ғылыми қызмет саласы ретінде пайда болуы мен қалыптасуы сияқты соны құбылысты талдау қай тұрғыдан алғанда да өзекті болып көрінеді.

Бұрынғы Кеңестер Социалистік Республикалар Одағындағы (КСРО) қатаң саяси цензура ахуалында жоғарғы иерархиядағы билік институттарының (партия комитеттерінің, кеңес органдарының) төменгі буындармен және бүгіндері масс-медиа немесе қысқаша БАҚ (бұқаралық ақпарат құралдары) деп аталатын, сол заманның термині бойынша бұқаралық ақпарат және насихат құралдары делінген газет-журнал мен теледидарға, сондай-ақ ел халқына ақпараттық қарым-қатынасы тікелей вертикаль бойынша жүзеге асырылған болатын.

Ал, тәуелсіздік жылдары PR институты біздің елімізде ең алдымен мемлекеттік және коммерциялық ұйымдардың, қоғамдық бірлестіктердің баспасөз қызметтері түрінде өмірге келді. Бұл үдерістің бастауында жиырмасыншы ғасырдың 90-шы жылдары КСРО-да орын алған күрделі қоғамдық-саяси үдерістер тұрды. Бұл кезең тарихқа «Қайта құру» деген атпен енген. Өзінің өркениеттік әлеуетін жоғалтқан кеңестік саясат пен экономиканы тығырықтан шығару үшін КСРО-ның бірінші әрі соңғы

президенті М.С.Горбачевтің ортаға тастаған осынау бастамасы белгілі бір деңгейде еркін ойлылық пен пікір эралуандығын қамтамасыз етуді көздеді. «Жариялылық» ұранымен жүргізілген саяси науқан мемлекеттің басқарушы, бақылаушы әрі дем беруші орталығы-Коммунистік партия құрылымдарын да қамтыды. Бұл үдеріске азаматтық қоғам институттары дамуының объективті алғышарттарына себеп болды.

СОКП-ның қоғамдағы жетекші рөлі жөніндегі КСРО Конституциясының алтыншы бабының және цензура күшінің жойылуы билік құрылымдарын жаңаша жұмыс істеуге мәжбүр етті. Жариялылық пен демократияны дамыту жөнінде қолға алынған жұмысты Кеңестер одағы халқы мен халықаралық қауымдастық ықыласпен қабылдады. Тарихтың бұрындары жабық болып келген беттерінің-«ақтандар ақиқатының» ашылуы Қазақстанда және басқа одақтас ресубликаларда үлкен рухани өрлеуге жол ашты. Сондай-ақ 1986 жылы Алматы қаласында болған желтоқсан көтерілісі халық санасын оятып, жастардың саяси ұмтылыстарына серпін берді. Қазақ елінің мемлекеттік егемендігі мен тәуелсіздігі идеясы көтеріліп, ол көп ұзамай ақиқатқа айналды. Осы орайда демократияландырудың жалпы үдерісі және экономикадағы нарықтық қатынастарға көшу Қазақстандағы саяси коммуникация сипатын түбегейлі өзгерткенін атап өткен жөн. Жоғарыда атап өткеніміздей, 1990 жылдарға дейін ақпарат тарату вертикаль (тік) бағытта болды. Азаматтардың басым көпшілігі осы әлеуметтік және ақпараттық типтегі өмірге бейімделді. Сондықтан ел тәуелсіздік алғаннан кейін болған өзгерістер қоғамда үлкен үндестік, серпін туғызды. Біртіндеп вертикаль үлгіні горизонталь (көлденең)-тік сипаттағы жаңа модель алмастырды.

**«Қоғаммен байланыстағы Ербол Шәймерденұлы моделі».** Қазақстанда баспасөз қызметінің пайда болып, қалыптасуына жариялылық үдерісі дүмпуі мен билік құрылымдарының өз қызметіне ашықтық сипатын беруге тырысуы түрткі болды десек, артық айтқандық емес. Жұртшылықпен, қоғаммен байланыс-PR елдегі қоғамдық қатынастарды демократияландырудың пәрменді құралына, егемен мемлекеттің саяси, әлеуметтік-экономикалық дамуының маңызды факторына айнала бастады.

Біздің еліміздегі баспасөз қызметі саяси институт ретінде сахнаға 1990 жылдың 7 тамызында ресми түрде шыққанын тари-

хи деректер дәлелдейді. Бұл күні елдегі билік тұтқасын ұстаған Қазақстан Коммунистік партиясы (ҚКП) Орталық Комитетінің баспасөз орталығын ұйымдастыру жөнінде шешім қабылданды. Баспасөз конференциялары мен брифингтер өткізетін орын ретінде ҚКП Орталық комитет ғимаратының және «Достық» мейманханасының конференц-залдары белгіленді. Баспасөз конференциялары айына кемінде бір рет өткізу ұсынылды. Жаңа құрылымдық бөлімшенің штаты жетекшілік жасайтын баспасөз хатшысы және төрт кеңесші-консультант құрамында бекітілді. Сондай-ақ баспасөз орталығының материалдық базасын жасау және оның жұмысын техникалық тұрғыдан қамтамасыз ету, «Достық» мейманханасының конференц-залын синхронды (ілеспе) аударма жүйесімен жабдықтау жөнінде тиісті бөлімдер мен қызметтерге тапсырма берілді. Бұдан бір айдан астам уақыт өткеннен кейін, 1990 жылдың 12 қыркүйегінде белгілі журналист, ҚКП Орталық комитетінің жауапты қызметкері Ербол Шаймерденұлы баспасөз хатшысы болып бекітілді. Сөйтіп, қарымды қаламгер, Солтүстік Қазақстан облысының «Қызыл ту» газетінің (бүгінгі «Солтүстік Қазақстан») және «Социалистік Қазақстан» (бүгінгі «Егемен Қазақстан») газеттерінің беттерінде шығармашылық талантымен танылған ақын Ербол Шаймерденұлы еліміздің баспасөз қызметінің алғашқы кірпішін қалады [1].

Бұл кезеңде елімізде Президент институты енгізілген болатын, Қазақстан Компартиясы Орталық комитетінің бірінші хатшысы Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев сонымен қатар Қазақ КСР Президентінің де қызметін атқаратын. Қазақстан Республикасы өз кезегінде Қазақ Кеңестік Социалистік Республикасының құқықтық мұрагері болып табылатындықтан, Ербол Шаймерденұлын Қазақстан Президентінің бірінші баспасөз хатшысы, еліміздің қоғаммен байланыс тәжірибесі тарихында тұңғыш рет ресми бекітіліп, танылған ресми өкіл, баспасөз қызметінің жетекшісі деп есептеу орынды. Биліктің авторитарлы сипатына сәйкес Е.Шаймерденұлы негізін қалап, қалыптастырған саяси коммуникация үлгісін қоғаммен байланыстағы «Ербол Шаймерденұлы моделі» деп атаймыз.

**Президент Қасым-Жомарт Тоқаев тұсындағы саяси коммуникацияға келсек, Мемлекет басшысы қызметіне кіріскен-**

нен бастап әлемге белгілі халықаралық қатынастар маманы Қ.Тоқаев елдің ішкі қоғамдық, әлеуметтік-экономикалық мәселелерін шешуге бел шеше кірісті. Қ.Тоқаев 2019 жылы 2 қыркүйекте жарияланған «Сындарлы қоғамдық диалог-Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» атты Жолдауында мемлекеттік институттардың рөлін нығайту, азаматтардың құқықтары мен бостандықтарын қорғау, халықтың тұрмыс сапасын жақсарту мәселелерін кеңінен сөз етті, қазіргі әлеуметтік-экономикалық жағдайға жан-жақты, терең талдау жасап қана қоймай, оның шешу жолдарын да көрсетіп берді. Елімізді өңірдегі көшбасшы ретінде танытып, Орталық Азиядағы беделімізді арттыру – стратегиялық міндет екендігіне тоқталған ол «қоғамдық-саяси өмірді жаңғыртпай, табысты экономикалық реформаларды іске асыру мүмкін еместігін» атап өтті. Тарихи құжатқа шолу жасаған «Егемен Қазақстан» газеті 2019 жылғы 18 қазандағы санында «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасы – бұл ел Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына арнаған Жолдауына арқау болған бағыттардың бірі. Мемлекет басшысының бұл тұжырымдамасы көптеген мәселеге қозғау салып, қалың ел тарапынан қолдау тауып отыр» деп жазған болатын [2].

Тілге тиек етіліп отырған Жолдаудың көздеген мақсаты халықпен тиімді кері байланыс орнату болып табылады. Президент мемлекеттік басқару жүйесіне өзгерістер енгізіп, ашықтық, пікірлер әруаландығын-плюрализмін орнату міндетін жүктеді. Ал, өткен 2020 жылғы қыркүйектің басында болған Парламент Палаталарының бірлескен отырысында жария етілген «Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі» атты Жолдауда бұл Тұжырымдаманың тағы бір пысықталуы аталған мәселенің өзектілігінің тағы бір айғағы болса керек. Онда «халық үніне құлақ асатын мемлекет» – бұл, шын мәнісінде, «әділетті мемлекет» құру тұжырымдамасы. «Азаматтардың мәселелерін тындап, көріп қана қою жеткіліксіз. Ең бастысы – дұрыс және әділ шешім шығару қажет. Азаматтар мүддесіне қызмет ететін мемлекеттің жаңа стандарттарын әзірлеу үшін көп жұмыс атқаруымыз керек. Осы тұрғыда құқық қорғау және сот жүйелеріне негізгі рөл жүктеледі. Бұл салаға реформа аса қажет» деп атап өтті Мемлекет басшысы [3].

**Президенттің баспасөз қызметі жаңа жағдайда. «Қоғаммен байланыстағы Берік Уәли моделі».** Мемлекет басшысы қоғамдық пікірді зерделеу, елдің райын бағу, ақпараттық үдерістерді басқару саласында алға қойған міндеттерді, соның ішінде «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» Тұжырымдамасын жүзеге асыру ең алдымен оның Әкімшілігіне, атап айтқанда Баспасөз қызметіне жүктелетіні белгілі. Соңғы жыл беделінде әлем халқы, еліміз жұртшылығы кезігіп отырған ауыр ахуал тұсында Президенттің Баспасөз қызметі көтерер жүк еселене түсті. Аталған қызмет Әкімшіліктің құрылымдық бөлімшесі ретінде өзіне жүктелген міндеттермен [4] қатар «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» Тұжырымдамасын орындау мақсатында осы кезеңде дағдарысқа қарсы PR-шараларды жүзеге асырып, спин-докторинг бойынша да бірқатар қарекеттерді абыроймен атқарды. «Президенттің баспасөз қызметі барлық мемлекеттік және жергілікті атқарушы органдардағы баспасөз қызметімен тығыз жұмыс істейді. Баспасөз қызметі осылайша Тұжырымдама ғана емес, Президент бастамаларының, оның берген барлық тапсырмаларының, өзі атап көрсеткен түйткілді мәселелердің бұрмаланбай, елге түсінікті әрі дер кезінде жетуін қамтамасыз етеді. Осы ретте әлеуметтік желі арқылы жұртшылықтың ой-пікірлерін, ұсыныстарын, талап-тілектерін саралап отырады. Баспасөз қызметі Президенттің айтқан келелі ойларын, тұжырымдарын, қанатты сөздерінен видеоүзінділер мен модульдер жасап, жұртшылыққа таратып отыр. Сонымен қатар Мемлекет басшысының апталық жұмысының қорытындысы бойынша бейнероликтер дайындалып, таратылуда» [5]. Ел Президенті қызметіне кіріскен Қасым-Жомарт Тоқаев халыққа «Сабақтастық, Әділдік, Өрлеу» деген басты үш ұстанымды негізге алатынын айтқан болатын. Осыған орай өткен жылғы наурызда Қазақстан Республикасы Президентінің баспасөз қызметі Мемлекет басшысының бір жылдық жұмысының қорытындысы ретінде «Сабақтастық. Әділдік. Өрлеу» деген атпен төрт томдық жинақ шығарды», делінген 2020 жылғы 28 желтоқсанда «Егемен Қазақстан» газетінде жарияланған мақалада [6].

Ел Президентінің тапсырмаларын орындау мақсатында дәстүрлі БАҚ-пен қатар әлеуметтік желілерде де белсенді ақпараттық науқандар жүргізілді. Мемлекет басшысының

аталған Тұжырымдамасынан кейін мемлекеттік органдардың басшылары әлеуметтік желілерде ресми аккаунттарын ашып, кейбірі жеке байланыс телефондарын жариялау арқылы халықпен жедел кері байланыс орнатуға көңіл бөле бастады. Мұны халыққа қызмет көрсетудің, жұртшылықпен байланыс орнатудың озық үлгілерінің бірі деуге болады. Бұл атқарушы билік өкілдерінің халықпен қарым-қатынасы айтарлықтай ілгерілегенін көрсетеді. Президенттің «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» құру Тұжырымдамасы аясында билік өкілдерінің халықпен кездесулері артып, азаматтарды жеке мәселелері бойынша қабылдау оңтайлана түсті.

Баспасөз дерегіне сәйкес Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев әлеуметтік желі арқылы тапсырма беруді қолайлы санайды. Өткен жылы Президенттің твиттер парақшасында жалпы саны 630-дан астам твиті, инстаграмда 30 жазбасы жарияланған. Осы ретте Президент әлеуметтік желі арқылы еліміздің бүкіл өңірінде болып жатқан түрлі оқиғаларға, түйткілдерге дер кезінде үн қатып, тиісті тапсырма беретіні, әсіресе әлеуметтік желілер арқылы елдің тыныс-тіршілігінен хабардар болып отыратынын атап өту керек. Бұл – Президенттің қоғамдағы болып жатқан әр проблеманы естіп, біліп, көріп отырғанының белгісі. Мұндай жұмыс стилі уақыт үнемдеу тұрғысынан өте тиімді екенін көрсетті. Себебі берілген тапсырмалар дер кезінде назарға алынып, тиісті шешімін табады. Осы арада Президенттің akorda.kz сайтындағы Виртуалды қабылдауына да жұртшылықтан көптеген талап-тілектер, әртүрлі өтініш хаттар келетінін айта кеткен жөн. Бүгінге дейін азаматтардан 19 мың 500-ге жуық өтініш келіп түскен. Өткен жылы akorda.kz сайтында Мемлекет басшысының қызметі бойынша 442 ақпараттық хабарлама, Президенттің түрлі жиындарда сөйлеген сөздері мен үндеулерінен 25 ақпарат және Қазақстан халқына арналған 1 Жолдауы жарияланған [7].

Сөйтіп, еліміздің саяси коммуникация тәжірибесінде 20 жылға жуық қолданылған, әкімшілік-әміршілдік, шенеуніктік-бюрократиялық әдіс-тәсілдерге негізделетін вертикаль байланыстар үлгісін жұртшылық пікірі көрініс табатын көлденең (горизонталь) ақпар-дерек ағынына сүйенетін кері байланыс моделі алмастырды. Осы ретте Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың баспасөз хатшысы болып 2019 жылғы наурыздан жемісті еңбек

етіп келе жатқан танымал журналист Берік Уәлидің еліміздегі ақпараттық үдерістерді жаңа заман талап талаптарына сай басқару тетіктерін қалыптастырудағы рөліне тоқтала кетуіміз керек. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің түлегі Б.Уәли «Хабар» Агенттігінің, «ТАҢ» телекомпаниясының, «НТК», «31 канал» телеарналарының тележүргізушісі, ақпараттық бағдарламаларының редакторы ретінде кәсіби тәжірибе жинақтаған ол Оңтүстік Қазақстан облысы әкімі аппараты басшысының орынбасары, баспасөз қызметінің басшысы, ішкі саясат және дін істері басқармасының басшысы, «Нұр Отан» партиясы төрағасы бірінші орынбасарының кеңесшісі, Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрінің кеңесшісі, Ақпараттық қамтамасыз ету департаментінің директоры, Жамбыл облысы әкімдігінің Ішкі саясат басқармасының басшысы болып еңбек етіп, жергілікті және орталық билік орындарында, партиялық жұмыста мемлекеттік және қоғамдық-саяси қызметтің түрлі баспалдақтарынан өтті [8].

Халықпен келелі кеңес құру, жұртшылықтың пікірін, өкпеназын елеп-ескеріп отыру үрдісі қоғамдағы түбегейлі өзгерістерге жол ашып беретіні түсінікті. Ол өзгерістердің баянды болмағы саяси институттардың берік орнығуына, соның ішінде PR рөлінің артуынна да тікелей байланысты. «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» Тұжырымдамасының көздейтіні де осы.

### Әдебиеттер

1. Мемлекеттік органдар мен коммерциялық ұйымдардың баспасөз қызметтері мен PR-құрылымдары жұмысының өзекті проблемалары. – Алматы, 2011. – 7 б.
2. <https://egemen.kz/article/211354-khalyq-unine-qulaq-asatyn-memleket>
3. [www.kt.kz](http://www.kt.kz) Kazakhstan Today
4. <https://www.akorda.kz>
5. <https://egemen.kz/article/259701-berik-uali-auyr-dgyl-bolghanymen-auqymdy-is-atqaryldy>
6. <https://egemen.kz/article/259701-berik-uali-auyr-dgyl-bolghanymen-auqymdy-is-atqaryldy>
7. <https://egemen.kz/article/259701-berik-uali-auyr-dgyl-bolghanymen-auqymdy-is-atqaryldy>
8. <https://www.akorda.kz>

**Аңдатпа.** Қазақстанда PR-дың кәсіби қолданбалы және ғылыми қызмет саласы ретінде пайда болуы қоғамдық қатынастардың, азаматтық қоғам институттарының дамуының объективті жағдайларынан туындады. Елді демократияландыру және экономикадағы нарықтық қатынастарға көшу үдерісі Қазақстандағы коммуникация сипатын түбегейлі өзгертті. Осы тұрғыдан алғанда, қоғамдық қатынастар жүйесінің қалыптасу процесін талдау өте қызықты болып табылады.

**Түйін сөздер:** қоғаммен байланыс, бұқаралық ақпарат құралдары, саяси институт, баспасөз, бюрократия, әлеуметтік желілер.

**Abstract.** The emergence of PR in Kazakhstan as a field of professional applied and scientific activity was caused by the objective conditions for the development of public relations, civil society institutions. The process of democratization of the country and the transition to market relations in the economy have radically changed the nature of communications in Kazakhstan. From this point of view, it seems very interesting to analyze the process of formation of the system of public relations.

**Key words:** public relations, media, political institution, press, bureaucracy, social networks.

**Аннотация.** Появление в Казахстане PR как области профессиональной прикладной и научной деятельности было вызвано объективными условиями развития общественных отношений, институтов гражданского общества. Процесс демократизации страны и переход к рыночным отношениям в экономике коренным образом изменили характер коммуникаций в Казахстане. С этой точки зрения представляется весьма интересным проанализировать процесс становление системы связей с общественностью.

**Ключевые слова:** связи с общественностью, средства массовой информации, политический институт, пресса, бюрократия, социальные сети.

Дзялошинский И.М.

## **Витально-персоналистский подход к исследованиям медиа: основные категории**

### **Введение**

Нам уже приходилось писать о том, что значительный рост интереса к исследованию массовых коммуникационных процессов является одной из характерных особенностей развития современной гуманитарной науки. В настоящее время исследовательские практики в сфере медиа реализуются в рамках нескольких методологических подходов.

**1. Геополитический подход.** Медиа рассматриваются по аналогии с государством как некая территория, на которой размещаются информационные ресурсы, источники информации, технологические системы сбора, обработки распространения информации, а также пользователи информационных ресурсов, подпадающие под юрисдикцию законодательства, действующего на этой территории. Так понимаемые медиа можно завоевывать, колонизировать. Поэтому сторонники этого подхода выступают за то, чтобы точно определять границы национального медиапространства и защищать их от посягательства враждебных сил.

**2. Социальный подход.** Медиа представляют собой социальную структуру, образованную системой взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации. В этом случае медиапространство есть совокупность определенных структур (индивидов, их групп и организаций), соединенных отношениями сбора, производства, распространения и потребления информации. Сама информация при этом рассматривается как некоторое отношение между субъектами медиапространства.

**3. Политико-идеологический подход.** Медиа рассматриваются как специфический ресурс, владение которым позволяет достигать различных политических и идеологических целей.

**4. Коммуникативный подход.** Медиа рассматриваются как совокупность схем, предписаний, конвенций, фреймов, матриц, определяющих процессы создания, восприятия и понимания смыслов, которыми обмениваются участники коммуникации.

**5. Медиалингвистический подход.** Медиа трактуются как совокупность медийных текстов, дискурс.

**6. Системно-структурный подход.** Медиа понимаются как институциональная сфера, социальное поле, система средств массовой коммуникации.

**7. Административный подход.** Медиа понимаются как совокупность информационных служб, обслуживающих потребности властных структур и населения определенного города или региона.

**8. Технологический подход.** Медиа описывается как совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей.

**9. Медиаобразовательный подход.** Медиа рассматриваются в качестве инструмента становления социального опыта школьников и студентов, формируемого в процессе изучения истории, структуры и теории СМИ, а также овладения умениями самостоятельного отбора и критического анализа информации, поступающей по различным каналам, и самостоятельного создания сообщений с использованием различных знаковых систем и информационных технологий.

**10. Пространственный подход.** Медиа рассматриваются как некое «пространство», в котором группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте в то же время. (В рамках этого подхода возникла новая академическая дисциплина под названием «география медиакommunikаций».)

**11. Информационно-ноосферный подход.** Чаще всего этот подход используется для обозначения всего многообразия коммуникационных отношений в обществе.

**12. Экологический подход.** Медиа понимаются как глобальная среда обитания, пронизывающая все сферы человеческой деятельности [Дзялошинский, 2013].

К этому списку, на наш взгляд, целесообразно добавить еще один подход, который условно можно назвать «витально-персоналистский». Основными категориями, на который опирается

этот подход, являются: «жизненный мир», «личностный мир», «информационно-коммуникационный универсум».

### **«Жизненный мир» как категория**

Человек представляет собой многослойную, многоуровневую, амбивалентную целостность, возникающую и развивающуюся в противоречивом единстве с миром, который представляет собой совокупность всех факторов и обстоятельств, в пространстве которых только и может жить и самоосуществиться человек. Для обозначения этих факторов и обстоятельств предлагается использовать понятие «жизненный мир» [Дзялошинский, 2020]. Жизненный мир постоянно трансформируется. Сегодня он предоставляет индивиду все больше возможностей для самоопределения. Человек может самореализоваться в совершенно новых и гораздо более широких пространствах. Среди множества неоднократно озвученных особенностей новой действительности можно назвать еще несколько.

- Для того чтобы выжить, существовать и развиваться, современному человеку нет необходимости быть тесно связанным с другими людьми, исчезает проблема солидарности.

- Утрачивается прямая зависимость между уровнем относительного благополучия и степенью интенсивности усилий, прилагаемых для достижения этого благополучия. Другими словами, сильная социальная политика, присущая современным государствам, приводит к тому, что тот, кто много работает, и тот, кто работает кое-как, живут почти одинаково.

- Некое предощущение исчерываемости земных ресурсов напрягает подсознание современного человека, заставляет его рассматривать всех окружающих как потенциальных врагов.

С другой стороны, главной особенностью жизненного мира современного человека, является ощущение его абсолютной независимости от усилий и действий людей. Этот жизненный мир развивается по каким-то никому не известным законам, регулярно насыщает на человечество всякие напасти, вроде эпидемии ковид-19, и чаще всего противостоит человеку [Дзялошинский, 2020a].

### **«Личностный мир» как категория**

Будучи в каком-то смысле продуктом жизненного мира, человек обладает совокупностью особенностей, которые мы обозначаем понятием «личностный мир». Решение ввести новое понятие «личностный мир» вместо популярной категории «внутренний мир», которую автор этой статьи раньше тоже использовал весьма активно [Дзялошинский, 2019а; он же 2019б; он же, 2019в], объясняется тем, что кажущаяся простота категории «внутренний мир» затушевывает реальную сложность этой системы. Она возникла в качестве оппозиции понятию «внешний мир», и довольно долгое время психологи оперировали этими парными конструкциями (а некоторые оперируют до сих пор), создавая иллюзию понятности отношений между внешним и внутренним мирами.

Принимая к использованию это понятие, мы опирались на К. Ясперса, который в своей знаменитой книге «Общая психопатология» вводит понятие «личностный мир индивида» [Ясперс, 1997. С. 344]. По К. Ясперсу, конкретный мир личности всегда развивается исторически, он включен в конкретную традицию и не может существовать вне контекста социальных и общественных отношений. Поэтому любой анализ жизни человека в мире должен иметь историческую и социальную природу. Объективно существующий мир предоставляет человеку пространство, внутри которого он прокладывает свои пути; это тот материал, из которого человек постоянно строит собственный личностный мир. Общий психологический склад субъекта вырастает до масштабов целого мира, который проявляет себя субъективно: в форме эмоционального настроения, чувств, состояний Духа, и объективно: в форме мнений, содержательных элементов рассудка, идей и символических образов [Ясперс, 1997. С. 344].

Так понимаемый личностный мир осознается индивидом как принадлежащий именно ему и в этом качестве противостоящий внешнему – жизненному миру [Дзялошинский, 2021б].

### **Информационно-коммуникационный универсум как категория**

Коммуникация между жизненным и личностным мирами индивида происходит с помощью информационно-коммуника-

ционного универсума, который представляет собой гигантскую, разветвленную, активно функционирующую систему. Концепция универсума связана с представлением о мире самоорганизующихся систем, включая самоорганизующегося человека, что позволяет уловить связь между сферой природы, сферой познания и сферой жизни человека. Г. Бейтсон полагал, что «мир состоит из очень сложной сети сущностей, многие из которых имеют свои собственные источники энергии и, возможно, даже свои собственные идеи о том, куда они хотели бы двигаться. Причем в таких сложных системах с обратной связью нет фиксированных центров управления. Любое центрирование здесь – не что иное, как отсутствие системной мудрости, ибо разум при таком подходе присутсв не только человеку, но, в конечном счете, и миру в целом. Это значит, что мироздание предстает как становящаяся сеть процессов, характеризующихся обратными связями, благодаря которым происходят обмены веществом, энергией, информацией и, наконец, посланиями, смысл которых мы призваны разгадать» [Бейтсон, 2000].

Данное понятие еще не стало общеупотребительным, но уже используется в различных публикациях и даже в названиях диссертаций и книг [Елисеева, 1998; Клюканов, 2010; Каллиома, эл. ресурс]. Так, например, И.Э. Клюканов сравнивает коммуникационный универсум с бескрайней голограммой, разные аспекты которой характеризуются разной степенью четкости [Клюканов, 1998]. С практической стороны информационно-коммуникационный универсум выступает в виде множества разнообразных матриц, определяющих формы человеческой коммуникаций [Дзялошинский, 2021а].

### **Трансформация взаимоотношений между жизненным миром, личностным миром и информационно-коммуникационным универсумом в цифровой цивилизации**

Развивающееся общество требует постоянного обновления информационных потоков и коммуникационных отношений, что приводит к преобразованию – иногда радикальному – всей информационной сферы. Любой человек может при желании (или без него) получить последние новости из Нью-Йорка, Токио, Сиднея в течение нескольких секунд. Вместе со скоростью до-

ставки 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. Пока в интернете доминируют в основном различные приколы, информационные вбросы и сетевые вирусы, бессмысленные чаты и тусовки в социальных сетях.

Чрезвычайно усложнилась система субъектов, влияющих на состояние информационной сферы (в том числе СМИ) и характер протекающих процессов. Это институционализированные группы, выражающие интересы власти и бизнеса; профессиональные объединения (редакции, медиахолдинги, телеканалы и радиостанции, интернет-порталы, производственные студии, информационные агентства и т. п.); отдельные индивиды. При этом следует постоянно помнить о том, что нарастающая динамика трансформации инфосферы влечет за собой такие последствия, которые предполагают коренные изменения в механизмах регулирования и саморегуляции деятельности профессионалов.

Эти и другие обстоятельства существенно изменили метрику современной действительности и сделали практически бесполезной всю предыдущую культуру, которая формировалась в принципиально иных условиях. Ощущение недейственности предыдущей культуры вынуждает современного человека начинать поиск новых правил жизни. Сама по себе потеря прежних ориентиров уже приводит к стрессу, и одного этого стресса достаточно для повышения агрессии и нетерпимости. Кроме того, в поиске новых жизненных ориентиров человек нередко приходит к выводу, что культура агрессии и нетерпимости оказывается существенно эффективнее культуры солидарности. Очевидно, что по мере изменения внешней среды внутри культуры появляются новые знания, ценности, и нормы, более эффективные в новых условиях, нежели те, на которые субъект опирался раньше. Если внешняя среда меняется медленно, то и изменения в культуре происходят почти безболезненно, хотя культурные конфликты существуют столько же, сколько и культура. Однако в условиях, когда внешняя среда меняется стремительно и вчерашняя культура, понимаемая как внутренняя основа технологии, становится неэффек-

тивной, возникает то, что специалисты называют «культурный шок»: невозможность отказаться от старой культуры, рассматриваемой как ценность, при достаточно ясном понимании ее непригодности. Возникает ненависть к этой новой действительности, овладеть которой с помощью старой культуры невозможно. Учитывая, что у любой социальной группы или народа всегда есть «хранители культуры», то есть индивиды или институты, оберегающие традиции, консервирующие культуру и защищающие ее от посягательств, понятно, что эта борьба между новым и старым в плоскости культуры приобретает нешуточный характер. Социальные и культурные институты начинают тратить огромные средства на консервацию культуры, на превращение ее в музей, на сохранение неких традиционных образцов поведения хотя бы в быту (народные танцы, народные песни и пр.).

Обозначенные выше глубинные процессы, происходящие в недрах человеческой цивилизации, вызывают глубокие потрясения и массовые переживания. Став активным участником трансформации жизненного мира, совокупное человечество вынуждено искать ответы на несколько принципиально новых вызовов: геоцивилизационных, экономических, экологических, политических, культурных, социальных, социально-психологических.

Напомним, что 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.

Человечество в значительных своих сегментах успешно вернулось во времена войны всех против всех, камуфлируя это одичание множеством высокопарных слов о суверенитете, заботе о народном благе, внешних врагах, покушающихся на национальные святыни, и т. д., и т. п. Из далекого прошлого извлекаются образы, мифологемы и идеологемы, оправдывающие именно такой выбор. Религиозные владыки, деятели культуры, находящиеся на содержании властей, журналисты, работающие в средствах массовой информации, финансируемых властью и большим бизнесом, являются естественными помощниками тех, кто сопротивляется переходу к новому типу устойчивого глобального развития, ориентированному на удовлетворение человеческих потребностей не за счет хищнического растраниживания природных ресурсов, а за счет поиска и внедрения принципиально иных способов ведения хозяйственной деятельности, принципиально иных способов организации социальной жизни.

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, оказались нереализованными.

### **Заключение**

Пришло время вновь вернуться идеям, высказанным на Саммите тысячелетия и в документах ООН и ЮНЕСКО, и приступить к поиску реальных шагов для их воплощения. Предстоит радикальная трансформация деятельности медийных структур. Журналисты должны перестать рассматривать себя как службу власти и бизнеса, с одной стороны, и Дон-Кихотов и Бэтменов, спасающих непросвещенную аудиторию, с другой стороны. Людей, которые организуют на государственных телеканалах «пятиминутки ненависти», должно всюду сопровождать обще-

ственное презрение. Однако и просто удовлетворяться привлечением внимания к несправедливости, как принято в традиционной журналистике, тоже уже недостаточно. Гражданам в наше время требуется гораздо больше. Им необходимо увидеть, каким образом они могли бы сыграть свою роль, изменить что-либо, быть услышанными – каким образом они могли бы в большей степени участвовать в общественной жизни.

Все сказанное выше – лишь простые констатации сегодняшней ситуации. Однако уже видны контуры завтрашнего дня, и этот завтрашний день несет с собой такие проблемы, по сравнению с которыми сегодняшние переживания покажутся смешными. Мы стоим у истоков четвертой промышленной революции, отличительными чертами которой являются скорость, масштабность и системность. Однако восторг по поводу этого нового мира быстро гаснет, когда знакомишься с прогнозами экспертов о нашем будущем. И, на наш взгляд, никакого другого способа войти в этот новый жизненный мир, кроме как изменив вековые матрицы жизнедеятельности и коммуникации не существует. Иначе сбудутся самые мрачные антиутопии, согласно которым наиболее вероятная модель развития человечества – обеспечение безбедной жизни некоторому количеству землян, к услугам которых будут всяческие технологические чудеса, а всем остальным будет уготован тот технототалитарный ад, который с большим удовольствием показывают в американских фильмах о будущем.

Хочется надеяться, что эффективные ответы на эти вызовы будут своевременно найдены.

### Литература

1. Бейтсон Г. Экология разума. – М., 2000.
2. Дзялошинский И.М. Жизненный мир человека: мифологические, культурные, идеологические предпосылки текстовой деятельности. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2020а.
3. Дзялошинский И.М. Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021а.
4. Дзялошинский И.М. Категория медиaprостранства в зарубежных и российских исследованиях // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте. – СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 30–37.

5. Дзялошинский И.М. Личностный мир человека: социальные и психологические проблемы текстовой деятельности. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2021б.
6. Дзялошинский И.М. Медиаатекст: подходы и модели – возможен ли конфигурактор? // PR и СМИ в Казахстане: сборник научных трудов. Вып. 19. – Алматы: Казак университети, 2020б. – С. 173–179.
7. Дзялошинский И.М. От божественного откровения к коммуникационному универсуму: поиск адекватной модели изучения текста // Гуманитарный вектор. 2019а. Т. 14. № 5. – С. 163–175.
8. Дзялошинский И.М. Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019б.
9. Дзялошинский И.М. Экология коммуникаций. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019в.
10. Елисеева Ю.А. Коммуникативный универсум детского чтения: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. – Саранск, 1998.
11. Каллиома Л.А. Инклюзивная медиасреда как составляющая информационно-коммуникативного универсума // Медиа. Информация. Коммуникация : Международный журнал. URL: <http://mic.org.ru/new/634-inklyuzivnaya-mediaseda-kak-sostavlyayushchaya-informatsionno-kommunikativnogo-universuma>
12. Клюканов И.Э. Динамика межкультурного общения: Системно-семиотическое исследование. – Тверь, 1998.
13. Клюканов И.Э. Коммуникативный универсум. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2010.
14. Ясперс К. Общая психопатология. – М.: Практика, 1997.

**Аннотация.** В статье предпринята попытка исследовать связи общезивилизационных процессов глобализации, информатизации и цифровизации с процессами, происходящими в системах коммуникации, опосредованной медиатехнологиями. В качестве категориального аппарата, который позволит выявить и проанализировать эти связи, предлагается использовать такие понятия, как «жизненный мир», «личностный мир», «информационно-коммуникационный универсум», «коммуникационные матрицы» и др.

**Ключевые слова:** медиа, витально-персоналистский подход.

**J. Dzyaloshinsky**

**Vital-personalistic approach to media research: main categories**

**Abstract.** The article attempts to investigate the links between the general civilization processes of globalization, informatization and digitalization with the processes occurring in communication systems mediated by media technologies. As a categorical apparatus that will allow identifying and analyzing these connections, it is proposed to use such concepts as “life world”, “personal world”, “information and communication universum”, “communication matrices”, etc.

**Key words:** media, vital-personalistic approach.

УДК 130.2 : 791.43/.45

Лебедева Н.А.

### **Выразительные особенности аматорского кино в условиях пандемии COVID-19**

**Постановка проблемы.** Нужно ли Украине аматорское кино? Таким риторическим вопросом начал пресс-конференцию председатель жюри XV Международного кинофестиваля аматорского кино «Кинокиммерия 2020», председатель правления Украинской Киноакадемии Владимир Войтенко. Как известно, сложная эпидемиологическая ситуация, сложившаяся в мире, вызвала проблемы проведения ведущих культурологических мероприятий, например, проведение финала UNICA в Великобритании также не состоялось. «Однако, в Херсоне XV Юбилейный фестиваль «Кинокиммерия» не был отменен, работал согласно всех требований в дистанционном режиме. Нынешний фестиваль при определенных условиях может стать площадкой для проведения общеевропейского фестиваля UNICA 2022, и это является доказательством европейской кинематографической общественности, что Херсонщина способна принимать кинофестивали как общегосударственного, так и мирового уровня» [5].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Развитие искусства кино в эпоху глобализации привлекает к себе внимание многих иностранных ученых [6], [7]. Затрагиваются различные аспекты, на которые оказывает влияние искусство кино. Так, «Справочник исследований влияния культуры и общества на индустрию развлечений» включает в себя обзор академической и популярной литературы о взаимосвязи между исследованиями коммуникаций и средств массовой информации, кино, рекламы, связями с общественностью, религией, искусством, технологиями, культурой, маркетингом и развлекательными практиками [9]. Новой тенденции в потребительстве: желанию новых объектов потребления и обесценивание тех, которые были приобретены ранее, создавая таким образом постоянный спрос на новые товары и услуги посвящен еще один научный справочник [8]. «Попкультура в настоящий момент времени строит определенный ка-

нал потребительства как рекламой, так и маркетингом, образом жизни потребителей, который распространяется в средствах массовой информации» – говорится в «Справочнике по исследованиям потребления, средств массовой информации и популярной культуры в глобальную эпоху» [8].

### **Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.**

Вопрос распространения и дополнительного финансирования кино объединений аматоров и детских киностудий до сих пор остается открытым и находит только возражение у представителей государственного управления в форме вопроса: «Зачем оно нужно?». Тем не менее, именно аматорское кино создает имидж нашей страны на международной культурной арене, что уже не раз подтверждается наградами украинских аматорских фильмов таких, как например, «Золотая медаль» UNICA.

**Цель статьи** – описать тематические и художественно-стилевые особенности украинских конкурсных фильмов юбилейного XV Международного кинофестиваля «Кинокиммерия 2020».

**Изложение основного материала исследования.** С 24 по 27 сентября 2020 в г. Херсон состоялся юбилейный XV кинофестиваль аматорского кино «Кинокиммерия». Этот год особенный тем, что из-за мировой пандемии было неизвестно, состоится ли вообще данное событие. Поэтому международную программу не удалось сформировать. Украинская программа, благодаря усилиям отечественных аматоров, их энтузиазму, была представлена новыми кинолентами.

Фильм Дмитрия Масиброды «Камера. Мотор ... Трагедия!» (16: 39) народной киностудии «Подолье» поднимает острую, даже болезненную проблему украинской кинематографии – проблему таланта художника и финансирования фильмов.

В кабинете психоаналитика знакомимся с главным героем фильма псевдоним которого – Ален ди Леон. Интрига растет каждую секунду благодаря крупным планам и игре освещения. Каждый кинокадр взвешен и продуман, что создает напряжение сюжетной линии. Диалог между врачом и Аленом также способствует напряжению. Зритель ждет ответа на вопрос: «Кто именно преследует главного героя?» Неожиданно узнаем, что это сон, где Дмитрий, таково настоящее имя нашего Алена, находится в середине пустого зала кинотеатра, поднимается и идет на сце-

ну, комментируя: «Вам кажется, что вы никому не нужны, что украинское кино умирает ... Посмотри: на проекты выделяют огромные деньги, а что имеем? Только гордость за временное? А где наши Тарковские, Гайдары? Они сидят дома и пишут собственные сценарии, а кто будет финансировать рискованные проекты, которые когда-то, возможно, станут классикой! На Западе меня считали бы гением ... Продюсерам нужен был социальный подтекст, то, что снимают другие... Если ты не согласен – делай все за собственные средства, или же предложи идею кому-то другому, но навряд ли что-то получится... ». Дмитрий мог бы согласиться на предложение, но ... он – Художник! Кто вспомнит низкокачественные шоу через 10 лет, или 20?

Именно этот аспект современной проблемы стал жаркой темой обсуждения членами жюри [5]. Какой бы бюджет фильма не был, если кино создано без души – зритель не будет его смотреть, забудет и не вспомнит. А в кино главный – это зритель, именно его внимание, именно его любовь. «Кто главный в кино? Это коллективное дело и для каждого существует свой ответ, но все согласны с тем, что главный – зритель. Сколько ни пиши, сколько ни снимай, если кино плохое, то залы будут пустые. Каждый из нас – это часть мира. Оценки жюри субъективные и условные. Самая высокая оценка произведения – это оценка зрителей» [5], – подытожил известный украинский кинокритик Владимир Войтенко. Этот фильм стал толчком к практическому действию: уважаемые члены жюри договорились с местным отделом общественного телевидения о показе фильмов-победителей «Кинокимммерия 2020» в программе телевизионного покрытия.

Каждый фильм Вячеслава Бигуна представляет собой неповторимый киномир с особо духовной картиной мира. Ежегодно, упомянутый автор представляет работы, становящиеся победителями и, возможно, в будущем, некоторые из них станут классикой. Вспомним хотя бы фильм «Сердце матери Гонгадзе», о котором было написано в статье «Особенности фильмов-победителей XIII Международной кинофестиваля любительского кино» Кинокимммерия 2018» [3].

Кинорисунок «Fatalis» является данью памяти отцу автора фильма. Всю боль утраты, уважение к родному человеку, безусловную любовь показывает он лирическими пейзажными моти-

вами, средствами отличной операторской работы: деревья, крупные планы листьев, красота заката, дождь и ветер, луч солнца, который пробивается сквозь листву – создают определенный ритмический рисунок человеческих чувств. Круг года метафорически передает цикл жизни человеческой... 2 минуты 44 секунды побуждают зрителя к размышлениям о смысле жизни.

Кино лента «Многая лета» (15:00) рассказывает о жизни Степана Стойко. Этот человек отметил свой столетний юбилей 14 марта 2020. Его жизнь действительно достойна внимания, так как служит примером для современников и дает советы: что нужно делать, чтобы долго жить. Главный герой фильма рассказывает об употреблении кисломолочных продуктов, физкультуре, рекомендует есть ламинарию, читает античную литературу. Чувствует себя, что не один, что у него есть семья – большое счастье, и это помогает смотреть на жизнь оптимистично: «Когда б я был один, я бы не выдержал эти годы и давно отошел из жизни». С женой он прожил 66 лет.

Степан Стойко напечатал много статей в Германии, хорошо говорит на чешском, словацком, польском языках. Он учился в университете Венгрии, затем во Львове. Главный герой фильма призывает поддерживать связь с природой: «Мы – дети природы, и природа наша мать. Надо быть здоровым для того, чтобы быть счастливым. Надо верить...». Кажется истины просты. Их просто надо выполнять, чтобы жить дольше. Эта познавательная лента действительно нуждается в показе широкому кругу зрителей, поскольку имеет актуальную просветительскую функцию.

Фильм «Женщина всегда» (00:58) снят Сергеем Гордеевым, (в главной роли – Виктория Ткачук из Киевской области г. Фастов) получил первое место в номинации «Лучший одноминутный фильм». Показана девушка у зеркала ... в период карантина! Позитив, который передал автор, вызывает смех зрителей, способствуя сохранению здоровья.

Кинолента «Душа» (05:11) авторов Александра и Дарьи Балабай из Львовской области знакомит зрителей с мастером по изготовлению макетов деревянных церквей. Самое ценное для человека, который этим занимается – результат, главное: передать ауру духовного храма. Макеты церквей, которые навсегда уже потеряны, сгорели или были разрушены, мастер делает для

себя, для души. Ту древность, свойственную деревянным церквям, можно почувствовать только в созерцании ручной работы этих макетов. В них живет душа ... Церковь – это душа народа. Крупные планы, яркий цвет, ритм кадров – делают фильм интересным и полезным для познания.

Следующая работа Александра и Дарьи Балабай «Неизвестный Львов» (09:59) рассказывает о деятельности любительских радиостанций, о радио клубе и его жизни в международной радиосообществе. Это документальный фильм, где собраны воспоминания и интервью с руководителем детской коллективной радиостанции имени В. Мархасина Игоря Адамовского, судьи международной категории Георгия Члиянца, координатора Львовского городского медиа архива Александра Маханец, консультанта Богдана Шумиловича. Радиостанции помогают в экстремальных условиях. Азбука Морзе хороша тем, что с её помощью можно без особых технических средств передавать информацию. До сих пор её учат космонавты и летчики. Главное в этом хобби – общение с людьми из разных стран и континентов: радиолюбитель зовет совершенно незнакомого человека, и тот отвечает. Бывает, что спустя годы, где-то на соревнованиях они встречаются, узнают друг друга. Львовский клуб существует уже 90 лет, насчитывает более 300 человек. Фильм был создан в сотрудничестве с Центром городской истории, использованы фото и видеоматериалы из коллекции городского медиа архива. Интересная познавательная киноработа, которую надо показывать как можно большему количеству зрителей.

Фильм Галины Солдатенко «Контр-адмирал в казацких шароварах» (08:27) рассказывает о героической фигуре адмирала Джона Поля Джонса. Его жизнь исследовали ученые разных стран мира, да и сегодня более чем через два века существует много тайн вокруг этого имени, которые остаются неразгаданными. Использование исторических костюмов, постановочных сцен наполняют документальную сюжетную линию реалистичностью изображения исторических событий. Рассказывает Виктор Маруняк, председатель сельского совета поселка Старая Збурьевка: «У Джонса не было проблем в общении с нашими казаками потому, что по духу он, даже не будучи еще в нашей местности, тоже был казаком, сам из корсаров, и мы все знаем ту легендарную исто-

рию, когда с казаком Иваном Джонс пошел на лодке из нашей Збурьевки в лиман и написал мелом на турецком фрегате: «Сжечь! Поль Джонс». Рассказ нашего современника иллюстрируется сценой у костра, где наряду с украинскими народными песнями звучит английская песня. Ночное происшествие контр-адмирала Джонса и его собрата казака Ивана Чобана происходили непосредственно перед решающей битвой, в которой действительно турецкое флагманское судно было охвачено пламенем. Дело в том, что Иван Чобан был одним из задунайских казаков, которые на уговоры Потемкина перешли на русскую службу, а Турецкого пашу охраняли задунайцы, которые продолжали служить туркам и базировались на соседнем острове Береза. Бывшие боевые побратимы оказались по-разные стороны огня, но тайно они могли общаться между собой так, как и те, и другие хотели вернуть утраченную свободу, и это импонировало иностранцу Джонсу. В последнее время внимание к Полю Джонсу как к первому представителю американской демократии на территории Украины существенно возросло: ему посвящаются несколько мероприятий в рамках украинской и американской дружбы (Херсонский морской фестиваль им. Джонса Поля Джонса). Джонс умирает в возрасте 45 лет. Родившийся в Шотландии Джон Поль стал героем Америки, воевал за французского короля и русскую императрицу, но в последние годы своей жизни он был совершенно одиноким. Он похоронен в безымянной могиле. Официальных представителей страны героем которой он был, на его погребении почему-то не было. Контр-адмирал с почестями похоронен только через сто лет. Смерть Джонса Поля Джонса такая же непонятая, как и вся его жизнь. Много загадок и споров еще остаются и привлекают внимание исследователей: показана книга автора фильма Галины Солдатенко «Неразгаданные тайны Джонса Поля Джонса: взгляд со стороны». В киноленте использованы фрагменты других работ Галины Солдатенко: «Непостижимая судьба капитана Поля» созданного студией «РАКУРС» (руководитель Г. Солдатенко и А. Чепурной) КЗ «Верхнеднепровский ДДЮТ» (директор И. Мелашенко) при поддержке Украинского культурного фонда. Роли исполняли: известный украинский актёр Алексей Колесник и актеры Запорожского музыкально-драматического театра им. Магара, муниципального театра VIЕ, конного театру «Запорожские казаки» в 2020 году.

Дипломом «За стилистическое цветовое решение» награжден фильм «Крокодил и деревья» (03:51) детско-юношеской студии «Веснянка» (педагог Светлана Кольцова). Метафорическая аналогия с человеком заключена в фабуле данной мультипликационной работы: крокодил пьёт «Пепси», работает за компьютером, летит в отпуск... в Африку. Он привозит домой саженцы и вот мир вокруг приобретает яркие краски!

Следующая работа детско-юношеской студии «Веснянка» под названием «Фонарики» (03:57) наполнена добротой. Месяц проснулся, как обычно и, пролетая над лесом, увидел, что там очень темно. Каждый вечер Месяц мастерил новые фонарики-звёздочки. Месяц решил: подарить три фонарика обитателям леса. Один из них упал к дому Мыша, второй – в норку Крота. Третий фонарик упал перед домиком Лисички. Она обрадовалась, взяла его и повесила у себя в домике, но в комнате фонарик быстро погас и мышата решили сделать таких фонариков побольше, чтобы осветить весь лес. Месяц послал свою помощницу звёздочку, чтобы она поделилась с фонариками своим сиянием. Мультипликационная работа привлекает к себе внимание не только потому, что создана ребятами 7-12 лет вручную (без компьютерных технологий). Детская старательность в рисунках, непосредственность в начитке текста, некая сердечная доброта – всё хорошее передаётся зрителю, словно успокаивая идеей Вселенской Истины и Гармонии Добра. После просмотра такой работы, ребёнок действительно захочет делать фонарики, а не играть в «убийства» компьютерных игр, а взрослый задумается над своими ценностями.

Ещё один фильм, наполненный добром и духовным светом был представлен студией «Кинокимерия», который создан участниками боевых действий в Афганистане В. Быкодиrom и А. Елагиным «Родина, моя родина» (12:21). Документальная кинолента рассказывает зрителю о жизни и творчестве современной художницы Натальи Невровой. Начинается фильм показом поэтичных пейзажей под вокальное сопровождение песни Ирины Скорик «Яблони детства»: клубится туман над бескрайними лесами, над зелёными холмами, плавно переходя в кадр крупного плана ярко-красных яблок на ветви дерева. Композиционно фильм состоит из трёх частей: 1 – «Рассвет судьбы»; 2 – «Цветы

рукотворные»; 3 – «Волшебство неизъяснимое». Каждая часть своим смысловым содержанием раскрывает вечные темы Творца и Создателя. «Творчество для меня – говорит главная героиня фильма, – это погружение в сказочный мир и своеобразный отдых от серых будней. Вдохновение – оно вокруг нас. Всё, что нас окружает может вдохновлять. Природа безгранично разнообразна и бесконечно красива. Нужно уметь смотреть, нужно уметь видеть: капли росы на травинке, играющие в лучах солнца. Это ли не вдохновение? Выпал первый снег, припорошил веточку рябины во дворе, одуванчик, готовый разлететься на тысячи белых парашютиков от легкого дуновения ветерка... Нужно просто посмотреть по сторонам!» Рассказ художницы сопровождается живописными кадрами показа её работ: на большом камне у реки лежит, сверкая, рукотворное украшение, отражающее солнечные лучи и играющее богатством света. Такой эффект достигнут благодаря съемке крупным планом и отличной операторской работе.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Выход в свет англоязычных исследований рассматриваемого нами явления, внимание учёных стран постсоветского пространства свидетельствует о том, что украинские аматорские киноработы также могут быть описаны с научной точки зрения, тем самым содействуя как популяризации одного из кинематографических направлений современного национального кино, так и представления украинского кинопродукта на мировой культурной арене.

### Литература

1. Брюховецька Л. Кіномистецтво : навч. посібник. – Київ : Логос, 2011. – 391 с.
2. Гузар Л. <https://synod.ugcc.ua/data/blazhennishyuy-lyubomyr-guzar-430/>
3. Лебедева Н. А. Особенности фильмов-победителей XIII Международного кинофестиваля аматорского кино «Кинокимерия 2018» [Текст] / Н.А.Лебедева // Молодий вчений. – 2018. – №11. – С. 167- 171. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/11/41.pdf>
4. Моуди Р. Жизнь после жизни [Электроний ресурс]. – Режим доступу : [http://www1.lib.ru/MOUDI/moudi.txt\\_with-big-pictures.html](http://www1.lib.ru/MOUDI/moudi.txt_with-big-pictures.html)
5. Прес-конференція. Кінокімерія. XV міжнародний кінофестиваль 24-27 вересня 2020. [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=CUELLUAWwXA&pp=QAA%3D> (дата звернення: 24.09.2020).

6. Martha J. Mc Namara, Karan Sheldon (2017). *Amateur Movie Making. Aesthetics of the Everyday in the New England Film 1915-1960*. Bloomington: Indiana University Press. USA (in English)
7. Martin L. Johnson. (2018) *Main Street Movies: The History of Local Film in the United States*. Bloomington: Indiana University Press. USA(in English)
8. Ozgen, O. (Ed.). (2019). *Handbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age*. IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-5225-8491-9>
9. Ozturk, R. G. (Ed.). (2014). *Handbook of Research on the Impact of Culture and Society on the Entertainment Industry*. IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-4666-6190-5>

**Аннотация:** сложная эпидемиологическая ситуация, сложившаяся в мире, вызвала проблемы проведения ведущих культурологических мероприятий. Однако, юбилейный фестиваль «Кинокимерия» работал согласно всем требованиям в дистанционном режиме. **Цель статьи** – описать тематические и художественно-стилевые особенности украинских конкурсных фильмов юбилейного XV Международного кинофестиваля «Кинокимерия 2020». Были использованы следующие методы: структурный анализ, сравнительный, метод синтеза и эмпирический.

**Ключевые слова:** киноискусство, культура, фестиваль, международный, аматорское, УНИКА, Кинокимерия.

**Lebyedyeva N.A.**

### **Expressive features of amateur cinema in a COVID-19 pandemic**

**Abstract:** The difficult epidemiological situation in the world has caused problems for leading cultural events. The anniversary festival “Kinokimmeriya” worked according to all requirements in a remote mode. The main aim of the article is to describe some thematic, artistic and stylistic features of the Ukrainian competitive films of the jubilee XV International Film Festival “Kinokimmeriya 2020”. There were used such methods, as: structural analysis, comparative, synthesis and empirical.

**Key words:** cinematography, culture, festival, international, amateur, UNICA.

**Лебедева Н.А.**

### **COVID-19 пандемиясындағы әуесқой кинотеатрдың маңызды ерекшеліктері**

**Андатпа:** Әлемдегі күрделі эпидемиологиялық жағдай жетекші мәдени іс-шараларды өткізуде қиындықтар туғызды. «Кинокимерия» мерейтойлық фестивалі барлық талаптарға сәйкес қашықтықтан жұмыс істеді. Мақаланың мақсаты – «Кинокимерия-2020» 15-мерейтойлық Халықаралық кинофестивалінің украиналық конкурстық фильмдерінің тақырыптық және көркемдік-стильдік ерекшеліктерін сипаттау. Келесі әдістер қолданылды: құрылымдық талдау, салыстырмалы, синтез, эмпирикалық.

**Түйін сөздер:** кинематография, мәдениет, фестиваль, халықаралық, әуесқой, UNIQA, Cinemaimmeria.

Лифанова Т.Ю., Веревкин А.В.

### **Медиа- и информационная грамотность: вызовы современности**

В самом общем виде, возможно отметить, что актуальность медиаобразования определена и усложнением социотехнических форм движения информации и знаний, которая порождает непредсказуемость социальных, политических и социокультурных проблем и следствий. Для определения сущностных характеристик этих процессов в научной литературе все чаще используется понятие «новый информационный режим». Анализ новейших тенденций развития медиа- и информационной грамотности показывает, что в работах последних лет по проблемам медиаобразования возможно отметить преобладание тенденции обоснования положительного влияния данного вида грамотности на различные формы социальной деструктивности. В литературе представлен точечный анализ таких вопросов как кибер-насилие [1], «фейковые» новости и искажение информации [2-4], а также вопросы, связанные с анализом социальных медиа и социальных сетей [5-7].

Влияние социальных сетей на формирование мировоззрения, поведенческих паттернов и иных форм деструктивных проявлений посвящено значительное число публикаций. В исследованиях последних лет сформулирована максимально прикладная концепция медийных знаний или «сетевой грамотности» [8]. Концептуально феномен сетевой грамотности возможен посредством рассмотрения феномена «грамотности» как таковой через социокультурную перспективу, в которой грамотность является не индивидуальным психологическим достижением, а свидетельством участия в социальных и материальных практиках. Эта точка зрения, *New Literacy Studies*, предполагает, что грамотность – это практика, зависящая от норм сообщества, и что множественные формы грамотности развивались через различные социальные практики.

Интернет–коммуникация обладает рядом специфических черт, не сводимых к визуализации информации. Как отмечает, например Войскунский А.В. [9, 10] требуют внимания такие сопутствующие применению Интернета феномены, как: подавление негативной информации; выстраивание флюидной или идеальной идентичности; аггравация; неадекватные копинг-стратегии; агрессивность; нарциссизм; демонстрация деструктивных или манипулятивных наклонностей; «кибер-преследование» («буллинг»); применение символики, свидетельствующей об идентификации с андеграундными движениями, и другие.

В последнее время в связи с радикальными изменениями в Интернете и коммуникационных технологиях и, как следствие, социальной, культурной и политической практикой, грамотность превратилась в «цифровую грамотность», просто концептуализированную по двум, конкурирующим измерениям: цифровая грамотность как технические навыки в цифровых сферах и цифровая грамотность, грамотность как оценка аргументов, текстов и грамотных практик, а также критика.

Исследуя спектр цифровых методов, которые возникают в различных контекстах, таких, как игра, социальные медиа, искусственный интеллект и др. можно говорить и о новой дефиниции «медиакомпетенций». В этих контекстах новая грамотность является мультимодальной, динамичной, ситуативно-специфичной и дейктической [11]. Авторы рассматривают навыки работы с социальными сетями как технические, цифровые навыки (т. е., например, создание профиля, выбор учетных записей и понимание того, как работают хэштеги). В тоже время требуется и более широкое понимание грамотности в социальных сетях, навыки – это *«то, что и как»*, а грамотность – это метазнание и понимание того, *«почему, когда, где и для кого»*.

В свете исследований «новой грамотности», похоже, существует противоречие между автономным взглядом на грамотность, в котором практики деконтекстуализированы (грамотность как вещь, которую необходимо приобрести), и социокультурным взглядом на грамотность, а именно «грамотность через участие в практике». По мнению исследователей грамотности, политические дискурсы и учебные программы по всей Европе имели тенденцию к автономному формированию цифровой гра-

мотности, уделяя особое внимание обучению детей единообразному и универсальному набору технических и функциональных навыков, чтобы они могли начать читать и писать, в цифровых медиа [12, С. 14].

Это различие также имеет решающее значение для грамотности в социальных сетях. Если мы представляем грамотность в социальных сетях как автономные, общие навыки в социальных сетях могут распространяться через пространства, платформы и собственно социальные сети. Однако, если мы рассматриваем грамотность в социальных сетях как социокультурную, то мы признаем, что практика грамотности между этими двумя точками зрения есть и другие важные различия. Автономные перспективы грамотности сосредоточены на людях, приобретающих навыки грамотности в деконтекстуализированной среде – «пространстве», которое, менее важно, чем сами навыки. В социокультурной традиции обучение предполагает развитие более глубоких практик участия через деятельность, и, самое важное, – в процессе обучения меняется личность.

Представление грамотности в социальных сетях как *инструмента* соответствует бихевиористским представлениям об обучении как инструментальном, объективном и измеримом. С этой точки зрения социальные сети поддерживают ряд действий, таких как общение и связь. Далее следует грамотность в социальных сетях как когнитивный *процесс*, который развивает навыки критического мышления, поддерживает развитие навыков письма и грамотности, и может привести к улучшению когнитивных и метакогнитивных процессов. Социальные сети способствуют раскрытию различных точек зрения, что может привести к большему пониманию или более глубокому знанию. Третья перспектива, грамотность в социальных сетях как *сотрудничество*, примерно соответствует социальному конструктивистскому взгляду на обучение. Быть грамотным в социальных сетях означает способствовать совместному построению знаний посредством социального взаимодействия и деятельности. Наконец, четвертая перспектива грамотности в социальных сетях концептуализируется как *участие* в определенных практиках. Здесь грамотность в социальных сетях – это всегда процесс становления, роста в новой идентичности или накопления знаний как части чего-то больше-

го, чем мы сами. В этой концепции грамотности социальные сети поощряют социальные изменения и критическое сопротивление, усиливая голоса маргинализированных слоев населения с помощью цифровых технологий.

Анализ четырех указанных категориальных представления грамотности в социальных сетях может указывать на некоторое совпадение между ними – например, может быть, сложно проанализировать различия между социальными сетями как «инструментом» или «процессом», или «сотрудничеством» и «участием».

Наконец, в рамках исследования новейших тенденций развития медийной и информационной грамотности, следует отметить широко обсуждаемые в средствах массовой информации вопрос о дестабилизации информационных процессов в связи пандемией 2020 г. Так, в обращении Генерального секретаря ООН А. Гутерриша по случаю публикации доклада о влиянии COVID-19 на сферу образования, отмечается, что пандемия COVID-19 привела к беспрецедентной по своим масштабам дестабилизации процесса образования. По состоянию на середину июля школы были закрыты более чем в 160 странах, оказались затронуты более 1 миллиарда учащихся. Как минимум 40 миллионов детей во всем мире были отрезаны от учебной подготовки в критически важный последний год перед школой. Несмотря на проведение уроков по радио, телевидению и с использованием интернет-ресурсов, все усилия учителей и родителей, многих учащихся охватить не удастся. Наибольшему риску остаться позади подвергаются учащиеся из числа инвалидов, представителей меньшинств и обездоленных слоев, перемещенных лиц и беженцев, а также те, кто проживает в отдаленных районах. Но даже для тех, у кого есть доступ к дистанционному обучению, успех зависит от условий жизни. По мнению А. Гутерриш «Сейчас мы переживаем масштабнейшую катастрофу, которая может привести к тому, что пропадет впустую несказанный человеческий потенциал, подорвать десятилетия прогресса и усугубить укоренившееся неравенство... Решения, принимаемые сегодня правительствами и партнерами, окажут долгосрочное воздействие на сотни миллионов молодых людей и на перспективы развития стран на десятилетия вперед» [13].

В разгар кризиса почти 1,6 миллиарда учащихся, что составляет 94% от общего числа учащихся в мире, в более чем 190 странах пострадали от закрытия учебных заведений. На сегодняшний день эта цифра составляет 1 миллиард. 100 стран еще не объявили дату возобновления работы школ. Безусловно, медиаобразование не является панацеей от всех негативных последствий кризиса в сфере образования, но как подчеркивают специалисты его ресурсы в данной сфере достаточно высоки. Кризис #COVID19 показал острую необходимость в достоверных, научно-обоснованных фактах и коммуникации с населением.

Конкретные примеры того, как медиаобразование может оказывать позитивное воздействие на изменение ситуации и ослабление последствий информационного кризиса:

- борьба со слухами, дезинформацией и fake news, через обучение способам искать достоверные источники, распознавать ложных экспертов и повышать медийную и информационную грамотность;

- оказания поддержки педагогам в разработке цифровых решений в контексте повышения уровня медийной и информационной грамотности;

- экспертная поддержка организаций образования и государственных учреждений в цифровых преобразованиях и предоставление ресурсов для помощи внедрения Национального плана развития сферы информации и многое другое.

В заключении возможно отметить, что несмотря на то, что медиаобразование как самостоятельное направление научно-практической деятельности начало развиваться относительно недавно оно осмысливается сегодня как отрасль деятельности, которая на стадии своего формирования приобретает черты отрасли духовного производства, раскрывающейся в институционализации, профессионализации, технологизации и социализации медиаобразовательных процессов.

### Литература

1. Nagle J. Twitter, cyber-violence, and the need for a critical social media literacy in teacher education: A review of the literature // Teaching and Teacher Education. – Volume 76, November 2018, Pages 86-94 – <https://doi.org/10.1016/j.tate.2018.08.014>

2. Jang M., Kim J. K. Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions // *Computers in Human Behavior*. – Volume 80, March 2018, Pages 295-302 – <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>
3. Ku K., Kong Q., Song Y., Lipeng D., Kang Y., Hu A. What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy // *Thinking Skills and Creativity*. – Volume 33, September, 2019 – <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2019.05.004>
4. Steils N., Obaidalaha Z. “Social food”: Food literacy co-construction and distortion on social media // *Food Policy*. – Volume 95, August 2020 – <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101932>
5. Tamplin N.C., McLean S.A., Paxton S.J. Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men // *Body Image* – Volume 26, September 2018, Pages 29-37. – <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.05.003>
6. Damico J.S., Panos A. Civic media literacy as 21st century source work: Future social studies teachers examine web sources about climate change // *The Journal of Social Studies Research*. – Volume 42, Issue 4, October 2018, Pages 345-359 – <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2017.10.001>
7. Filipan-Zignic B., Legac V., Pahic T., Sobo K. New Literacy of Young People Caused by the use of New Media // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – Volume 192, 24 June 2015, Pages 172-179.
8. Manca S., Bocconia S., Gleason B. «Think globally, act locally»: A global approach to the development of social media literacy // *Computers & Education*. – Volume 160, January 2020 – <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>.
9. Войскунский А.Е. Социальная перцепция в социальных сетях // *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*. – 2014. – № 2. – С. 90-104.
10. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. – М.: Акрополь, 2010. – 439 с.
11. Coiro J., Knobel M., Lankshear C., Leu D.J. *Handbook of research on new literacies*. – Routledge, London, UK, 2014. – 1386 p
12. Sefton-Green J., Marsh J., Erstad O., Flewitt R. Establishing a research Agenda for the digital literacy practices of young children: A white paper for cost action, 2016 – <http://digilitey.eu/wp-content/uploads/2015/09/DigiLitEYWP.pdf> 12.12.2020 г.
13. Гутерриш А. Нам дана уникальная возможность переосмыслить концепцию образования – <https://www.un.org/ru/coronavirus/future-education-here> 08.01.2021 г.

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению проблем и значения медиаобразования в условиях интенсивной цифровизации современного общества. В последнее время «цифровая грамотность», концептуализируется по двум, конкурирующим измерениям: цифровая грамотность как технические навыки в цифровых сферах и цифровая грамотность как оценка аргументов, текстов и грамотных практик, а также критика.

**Ключевые слова:** медиа, цифровизация, интернет, образование, медийная и информационная грамотность

**Abstract:** The article is devoted to the consideration of the problems and significance of media education in the context of the intensive digitalization of modern society. More recently, “digital literacy” has been conceptualized along two competing dimensions: digital literacy as technical skills in digital domains and digital literacy as an assessment of arguments, texts and literate practices, as well as criticism.

**Key words:** media, digitalization, internet, education, media and information literacy

Нода Л.П.

### Зачем журналисту конкурсы?

**Для чего журналисту конкурсы? Что они дают? Так ли уж нужно творческому человеку в них участвовать? Или все это пустая трата времени?**

Давно я хотела написать про конкурсы, про отношение к ним некоторых людей, про ярых конкурсоманов, словечко употребляю уже не первый раз, думаю, оно очень подходит к тем, кто не представляет своей жизни без состязательности, а таких людей много. А тут как раз прекрасный информационный повод – команда студентов факультета журналистики КазНУ под моим руководством выиграла **Международный конкурс «Битва журфаков»**.

Когда я пытаюсь вовлечь студентов в тот или иной конкурс, то мы остаемся после занятий, читаем информационное письмо от организаторов, и я подробно перевожу очередное послание-задание с «русского на русский», объясняю, во-первых, что требуется от участников, во-вторых, расширяю их творческие возможности, так как зачастую молодежь не может сразу сориентироваться, понять, в каком направлении двигаться. И мои небольшие, но существенные подсказки помогают им в этом.

Мои подробные «объяснялки» не случайны: ведь каждый конкурс имеет свою специфику, а молодежи в силу своей неопытности трудно сориентироваться сразу. И тут вспоминаю, как мне давал задания на Казахском радио мой шеф. Сколько лет прошло, а я до сих пор помню, как комментатор Илья Владимирович Синельников расшифровывал тему, «рисовал» направления моего задания, расписывал его многочисленные нюансы. Годы спустя, сама став редактором, напутствуя молодых журналистов на очередное интервью, я не раз ловила себя на том, что говорю так же, как мой редактор, выворачивая наизнанку тему, рассматривая все оттенки, повороты всевозможных проблем.

Так и с конкурсными заданиями. Ведь это определенный вызов, как бы сегодня сказали, челлендж. Некая проблема, для ре-

шения которой требуются коллективные усилия, любое видение здесь важно, как и имеет значение любое предложение.

Перед вами – отзывы студентов о прошедших конкурсах.

**Әнелжан Көрікбай**, студентка 2 курса журфака КазНУ имени аль-Фараби:

– Впервые я участвовала в конкурсе «Хочешь стать журналистом?» в 2017 году, когда оканчивала девятый класс. Это именно период, когда я сомневалась в профессии журналиста. Победа в этом конкурсе дала мне уверенность в выбранной мной специальности и помогла поступить в университет моей мечты – КазНУ имени аль-Фараби. Я была безгранична рада, что нашла свое призвание и этот конкурс помог определиться с моим будущим, чему я безгранично благодарна. Позже я участвовала в 2018 и 2019 годах в конкурсе «Хочешь стать журналистом?» и три года подряд побеждала. Эти победы определили мою судьбу, ведь если бы не этот конкурс, я бы не поступила на журфак.

Конкурс – это прекрасный опыт, который расширит ваш кругозор. На данном мероприятии есть возможность найти единомышленников, которые в будущем могут стать Вашими друзьями или партнерами. Кроме этого насыщенная программа данного мероприятия в виде награждения даст Вам не только почетный диплом и подарки, но зарядит Вас энергией и позитивными эмоциями, как у Губки Боба. Советую всем участвовать в конкурсе «Хочешь стать журналистом?», так как это прекрасный опыт, который поможет Вам окунуться головой в журналистику, как супергерои в свои приключения!

**Мария Матрунина**, студентка 3 курса журфака КазНУ:

Комментарий о конкурсе «Битва журфаков»

– Когда в Zoom конференции наш преподаватель Лариса Павловна Нода сообщила о возможности участвовать в «Битве журфаков», все замолчали, как бы надеясь, что кто-то сможет принять верное решение. Конечно, мы растерялись, услышав слово «Битва», как бы понимая, что здесь серьезный конкурс, где будет крупный объем работы!

Первые секунды в нас начала бороться лень и желание показать себя: первая заманивала к себе, убеждая, что это не наш уровень, второе уверяла, что это большая возможность и шанс для развития. Нелегкая борьба в себе... Но наш руководитель бы-

стро помогла нам выйти из режима «Мы не знаем!» и своей верой в нас убедила, что надо принять участие.

Заданий было много, они не были легкими! В какие-то моменты, наверно, каждый из нас задавал себе вопрос: «А для чего это?», немного времени для нудных размышлений, как мы снова работаем над нашим лонгридом. Беседа в мессенджерах круглосуточно обновлялась сообщениями, и звуки уведомлений могли вызвать нервный тик. Но когда мы начали собирать по частям полный проект, то я стала замечать, что на общей Zoom конференции все уже радуются тому, что у нас получается. Интервью оказалось искренним, и благодаря хорошей атмосфере с собеседником наши ребята смогли получить много полезной информации. Хорошо, что в век технологий мы легко принимали обратную связь от людей из разных городов. Нашему проекту искренне помогали, так как тема депортации чеченцев на территорию Казахстана для них, как и для нас, важный исторический процесс!

Работая с архивными данными и больше узнавая о негативных последствиях данного процесса, я замечала, как внутри каждого приходило совсем другое осознание проблемы. Думаю, что-то в нас кардинально могло измениться! Благодаря этому конкурсу мы все большее начинаем понимать наш народ и приближаться к нему, что вселяет уверенность, что когда-то своей журналисткой работой мы сможем менять мир в лучшую сторону!

**Диляра Яхьярова**, студентка 3 курса журфака КазНУ имени аль-Фараби:

Победный лонгрид и его особенности, или

О том, как борются журфаки и причем здесь чеченцы

– Эта история началась еще осенью 2020 года. Нас, третий курс журфака, собрала вечером в Zoom наш куратор, Лариса Павловна Нода, с предложением поучаствовать в проекте «Битва журфаков», где сразятся факультеты журналистики СНГ. Реакции были разными, но настроение одно – уставшее и апатичное. Рубежный контроль, долги, нескончаемые домашние работы – пятый семестр в самом разгаре. Может, ну его, не надо?.. «Надо!», – сказала Лариса Павловна, и мы принялись готовиться. Главный босс, гроза и менеджер в одном лице однокурсницы Марии Матруниной нас всех быстро организовал, раздал задания, и мы с неохотой и даже ленцой начали работать.

Даже собрать портфолио было сложно: мы ставили другие приоритеты. Однако позже стало понятно, что эта битва от нас чудом не отстанет, нужно действительно постараться. И второй тур – написание лонгрида на впрямь сложную серьезную тему, которая не терпит поверхностного отношения. «Как сохранилась историческая память в Казахстане о депортации чеченского народа?». А действительно – как она сохраняется? Что я знаю о чеченцах и ингушах? Знаю национальные блюда – спасибо школьным мероприятиям на 1 мая, знаю, что их сюда вместе с многими другими народами переселяли во время войны, знаю, что у них необыкновенно зажигательные танцы и красивый язык. Тут проснулось самое главное – любопытство.

А когда я вместе со своим однокурсником Денисом Брагиным брала интервью у одной из героинь нашего лонгрида, Ала-мат Абдуловны Бицаевой, проснулось кое-что другое – горечь от несправедливости, боль и скорбь. Как же раньше прошла мимо меня эта история, не затронув сердце? Старалась не потерять ни слова, когда расшифровывала нашу беседу, потому что каждое из них было мазком масла, без которого не получилось бы целой картины. Чеченцы, ингуши и миллионы людей других национальностей столкнулись с величайшим горем, и, главное, передать это через свой текст – напомнить, донести, помочь не забыть. Как журналист, я была довольна интервью, но оно – лишь часть лонгрида.

Лонгрид должен быть максимально мультимедийным. Так нам сказала Лариса Павловна, а это значило поистине большую работу: текст (над которым мы трудились коллективно), подкаст, инфографика, фотографии, видео, в конце концов, создание самого сайта. И мы справились.

Только недавно меня посетила идея, как можно было бы улучшить нашу конечную работу. Было бы забавно создать небольшую подборку фотографий и видео в стиле *Behind the scenes*, чтобы немного разбавить атмосферу и показать, что сегодняшнее и предыдущее поколение чеченцев, ингушей и всех других национальностей – один народ. Мы ничем не отличаемся, только лишь этой строкой в удостоверении.

На мой взгляд, это была главная задача нашего лонгрида. Показать Казахстан таким, каким он есть, – уважающим и под-

держивающим мир и дружбу народов как величайшую ценность. Приятно осознавать, что он не остался без внимания и принес победу. Однако финал впереди, и журфак КазНУ торжественно клянется... нет, мы не замысливаем шалость. Мы собираемся выложиться на все сто!

**Денис Брагин**, студент 3 курса журфака КазНУ имени аль-Фараби:

– Битва журналистов: о трудностях на пути к победе

Команда журфака КазНУ готовится ко второму этапу «Битвы журфаков». Напомню, в первом туре международного конкурса мы стали безоговорочными лидерами среди стран СНГ.

Надо сказать, победа далась нелегко. Думаю, это ощутили все финалисты. У каждого из нас была колоссальная нагрузка: сбор огромных объемов информации, сведение данных воедино, кропотливое редактирование... Позади – бессонные ночи, страх не успеть к дедлайну, физическая и моральная усталость... К счастью, до междоусобиц не доходило. Зато сталкивались с несогласованностью действий, безответственностью и безалаберностью некоторых членов команды. Иногда приходилось буквально уговаривать людей выполнить задание вовремя.

Считаю, в подобных мероприятиях надо принимать участие не «за компанию», а только тем, кто действительно этого хочет. Тогда у коллектива будет больше сплоченности, слаженности и желания дальше вместе покорять новые вершины. Я понял, что любое соревнование выявляет слабые стороны не только соперников, но и свои.

Впрочем, ни одна групповая деятельность не обходится без трудностей, они просто неизбежны. Главное – суметь их побороть, как, например, наша команда.

**Асель Аукешева**, студентка 3 курса журфака КазНУ имени аль-Фараби:

Соревнование развивает способности

– Конкурс! Как много вложено в это слово, и у каждого человека свой собственный смысл и опыт за плечами. Участие в конкурсе – это всегда большие усилия, шалящие нервы, и конечно же, большая лотерея. К «Битве журфаков» я сначала отнеслась нейтрально, подумала, что это просто очередной конкурс, но с каждым днем поступало все больше и больше информации, кото-

рая могла ввести нас в ступор или доводить до состояния паники.

Процесс составления кейса для кировчан был очень интересным, мы столько идей и мыслей вложили в задание и ожидали примерно такого же ответа для нас. Что-то современное, то, о чем легко было бы написать и найти спикеров-ровесников или чуть старше, но мы получили очень сложную тему, как с точки зрения поиска информации, так и с моральной.

Депортация чеченского народа – невероятно сложная, страшная и до слез трагичная страница истории для чеченцев. Когда мы получили тему, мы не знали, с чего начать, хорошо, что наш куратор Лариса Павловна Нода дала направление и привела нас в чувство, и вот уже мы стали работать как большой налаженный механизм, с маленькими сбоями, но с кем не бывает?

Лариса Павловна помогла связаться с представителем чеченской диаспоры в Алматы, четко и точно распределила наши роли и цели, к которым мы шли на протяжении всего этапа подготовки. Кто-то ездил на встречи и брал интервью, кто-то добывал информацию о депортации, перечитывал партийные сводки и официальные документы. Было сложно, но разве есть смысл участвовать в конкурсе, где легкие правила и нет жесткой конкуренции? Конечно, нет, зато, когда ты видишь готовый результат, тебя охватывает чувство гордости и удовлетворенности, ты думаешь: «Я покорила еще одну вершину, которая казалась недосягаемой, да, возможно, не такую высокую, но тоже очень трудную и важную».

В Zoom для оглашения результатов заходить было совсем не страшно, я даже не волновалась до момента, пока не стали объявлять номинации, а названия нашего вуза не было. Вот тут-то и стали шалить нервишки, а потом: «КазНУ им. Аль-Фараби – 1 место!»

Соперники были сильными и достойными. Здесь я осознала плюсы дистанционных конкурсов. Ты не видишь соперников, и у тебя нет лишних мыслей типа: «Нужно сделать не хуже, чем они», – мы думали только о нашем кейсе. Когда огласили результаты, я не могла поверить, неужели правда? Первое место! Все потраченные нервы, силы и эмоции были совсем не зря, и вот здесь произошло то, что обычно говорит нам Лариса Павловна: «Крылышки-то отрастают». Я себя действительно почувствовала

победителем и не только конкурса, победителем этой жизни. Я учусь в лучшем вузе страны, учусь с такими талантливыми и прекрасными людьми, получаю опыт у профессионалов своего дела.

Я выиграла лотерейный билет еще три года назад, когда попала в КазНУ именно к этим ребятам, с которыми мы за это время уже успели победить во многих фестивалях и конкурсах, на которых можно положиться и знать, что при всех твоих взлетах и падениях мы будем рядом. «Битва журфаков» не только придала уверенность в себе, она еще и сплотила коллектив и лишний раз помогла понять, что ты находишься в том месте и с теми людьми, а это, поверьте, куда важнее победы на конкурсах!

**Подведем итоги. Итак, что же такое конкурс? И зачем он нужен.**

Конкурс творческий – это всегда проба пера: а что я могу. А как я могу. А могу ли? Ведь вопрос-то не праздный! Кстати, я против тех самых иступленных конкурсоманов, кто не представляет своей жизни без особой состязательности, а скорее – без того, чтобы огласить на весь мир о своей очередной победе! Знаю нескольких таких, калечащих и свою жизнь, и ближайшего окружения. Гонка за дипломом отравила существование очень многим.

Ведь очередной конкурс – это подготовка собственной психики к испытаниям. Ты не можешь выигрывать везде и всюду. Всегда найдется более талантливый, более сметливый. И тут возникает важнейший вопрос: а как ты поведешь себя в этой непростой ситуации?

Конкурс – это опыт, «сын ошибок трудных». Огромный опыт, из любого результата которого надо извлекать уроки.

Конкурс – это проверка, испытание.

Конкурс – это некий экзамен на со+творчество, со+дружество.

Конкурс – это мозговой штурм единомышленников, даже если каждый думает исключительно по-своему, в том-то и прелесть, так как должен быть человек, соединяющий эти мнения и выбирающий из них рациональное зерно.

Думаю, миссия преподавателя именно в этом. Мотивировать, поддерживать и помогать. Помогать отрастать крылышкам!

**Аннотация.** В статье автор рассуждает о важности состязательности среди студентов-журналистов, а также работников СМИ. Приводятся слова победителей творческих конкурсов, студентов журфака КазНУ имени аль-Фараби.

**Ключевые слова:** журналистика, конкурс, журфак, КазНУ, мотивация, лауреат.

**Abstract.** In the article, the author discusses the importance of competition among journalism students and media workers. The words of the winners of creative contests, students of the Faculty of Journalism of KazNU named after al-Farabi are given.

**Key words:** journalism, competition, journalism faculty, KazNU, motivation, laureate.

**Андатпа.** Мақалада автор журналистика факультетінің студенттері мен БАҚ қызметкерлері арасындағы бәсекелестіктің маңыздылығын талқылайды. Шығармашылық байқаулардың жеңімпаздарының, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің студенттерінің сөздері берілген.

**Түйін сөздер:** журналистика, конкурс, журналистика факультеті, ҚазҰУ, мотивация, лауреат.

Нуриден Р., Вельсапар Ак

### Шетелдік БАҚ: Швецияның масс-медиасы

Газет, теледидар, радио – бұлар әр түрлі бұқаралық ақпарат құралдарының үлгілері. Біздің әрқайсымыз бұқаралық ақпарат құралдарының материалдарымен танысу үшін бос уақытымыздың елеулі бөлігін жұмсаймыз. Оқығанымыз, тыңдағанымыз бен көргеніміз сана-сезімімізге әсер етіп, біздің күнделікті тұрмыста шешім қабылдауымызға ықпал етеді. Демек, масс-медиа күн сайын біздің өмірімізге араласып, қоршаған дүниенің бейнесін қалыптастырады. Сол себепті біз өнімдерін үнемі пайдаланатын бұқаралық ақпарат құралдарының тарихын, қызметін, мазмұны мен бағытын зерттеп-білуіміз өте маңызды. Осы орайда ақпарат саласында алдыңғы қатарлы ел болып саналатын – Швеция масс-медиасының тарихын, бүгінгі ахуалын, болашағын оқып-үйрену-тәуелсіздікке қол жеткізген бұрынғы посткеңестік елдер үшін тағылымды болмақ.

**Швеция баспасөзі.** Швеция ақпарат құралдарының танымал дәстүрлері 1766 жылғы баспасөз бостандығы туралы заңынан бастау алады. Бұл әлемде бұқаралық ақпарат құралдары мен билік органдарының өзара іс-қимылын ұлттық ауқымда реттеуге арналған, мемлекеттік деңгейде қабылданған әлемдегі алғашқы заңнамалық актінің бір түрі болғаны ақиқат. Қазіргі Швецияда бұқаралық ақпарат құралдары мемлекет тарапынан қаржыландырылады, бірақ көптеген жекеменшікке тиесілі. Осыған байланысты Bonnier AB отбасылық тобы көптеген онжылдықтар бойы иелік етіп келеді.

Бұл елде баспасөз тарихы шамамен 400 жылды қамтиды. Швецияның баспасөз тарихы 1645 жылы «Post – och Inrikes Tidningar» газетінің шығуымен басталады. Бұл тұңғыш баспасөз қазірге дейін жарық көріп келеді. Баспасөзінің төрт ғасырға жуық тарихы бар Швецияда қазір де 90-ға жуық газет шығады. Қысқаша тоқталып өтсек, **Aftonbladet** – Швецияның 1830 жылдан бері кешке шығатын ірі газеті, оны күн сайын 3,5 миллион адам оқиды. Редакциясы Стокгольмде орналасқан. Бұл – Скандинавиядағы ең ірі күнделікті газет. Тиражы – 154 900 дана. Газеттің 91% акция-

сы норвегиялық концерн Schibsted-ке, қалғаны 9% – Швед ұлттық жұмыс беру ұйымына тиесілі. Бұл газет шыға салысымен тез таныла бастады: оқырмандар ішкі және сыртқы халықаралық саясат туралы жаңалықтарға, әдебиет пен театр жайлы мақалаларға қызығушылық танытты. Бұл басылымда танымал журналистер жұмыс істейді және жоғары жалақы алады. 2017 жылдың аяғына қарай газеттерге қауіп төне бастады. Дүние жүзіндегі сияқты қағаздың орнына Интернет келді. Біраз газеттер жабылды. Бір уақытта газет рыногына онлайн-басылымдар келе бастады. Мысалы, «Дагенс Нюхетер» (Dagens Nyheter), «Свенска Дагбладет» (Svenska Dagbladet), «Афтонбладет» (Aftonbladet), «Экспрессен» (Expressen) сияқты жетекші газеттердің баспа түрінің тиражы төмендеді, бірақ интернет-нұсқасына ақылы жазылушылардың саны артып келеді. Интернет-нұсқаға көшу, әсіресе смартфондар мен планшеттерге арналған қосымшалар арқылы да басылымдар саны да өсті. Осылайша, Швецияның медиа нарығында үлкен өзгерістер болды және олар тез қарқын алып келеді. (Бұл жағдайда 1766 жылы цензура жойылған заманда сөз және баспасөз бостандығы дәстүрлері мен баспасөз бостандығы туралы заң (Tryckfrihetsförordning) мен сөз бостандығы туралы заң (Yttrandefrihetsgrundlagen) швед конституциясының бөлігі болып табылады (Grundlagarna), дәстүрлі қағаз басылымына қатысты бүгінгі қиындықтарды шешуге көмектеседі).

Бұрын мерзімдік басылым шығару үшін королдің ерекше рұхсаты талап етіліп, оның үстіне барлық баспа өнімдері бақылауда болды. 1812 жылы Швецияның негізгі төрт заңының қатарына енген баспасөз бостандығы туралы заң қабылданды. Бұл заң баспалардың құқықтары мен солармен байланысты жауапкершілік туралы нақты ережелерді анықтады: айтылған ережелерді бұзған кінәлілер сотқа тартылатын болды. «Қылмысы үшін сот арқылы жазаланбаса немесе басқалар үшін сөз айтқан лайықсыз адам ретінде жария болмаса» кез келген тұлға баспасөз органын шығару құқығына ие бола алды. Бұл жайында шартты түрде Юстиция министрлігіне өтініш ұсынатын болды. Он сегізінші ғасырдан бермен қарай Швецияда баспасөз бостандығына – сөз бостандығына дәстүрлі түрде мән беріліп келеді. Елдегі барлық басылымдар жеке меншікке қарайды. Алайда мемлекет олардың саяси бағыттарына қарамастан қаржы

бөледі, оның ішінде этникалық азшылық тілдерінде шығатын баспасөзді де қолдайды. Швецияның жетекші басылымдары: «Дагенс Нюхетер» (Dagens Nyheter), «Свенска Дагбладет» (Svenska Dagbladet), «Афтонбладет» (Aftonbladet), «Экспрессен» (Expressen), және басқалары.

**Швеция радиосы.** Басында байланыс құралы болған радио біртіндеп «алыстан хабар беретін» жаңа технологияға айналды. АҚШ, Европа, Совет Одағы, оның ішінде республикаларда да радио ісі жандана бастады. Осылайша өткен XX ғасырдың 20-30-жылдары «радио дәуірі» басталды. Швецияда Радио 1925 жылдың 1 қаңтарынан бастап RT (*Radiotjänst* – радиокызметі) болып құрылып, ұзын толқында осындай атпен хабар тарата бастады. 1938 жылы RT енді қысқа толқында Radio Sweden деген атпен шет тілдерінде халықаралық хабар тарата бастады. Қысқа толқынның қасиеті-алыс қашықтықтарға жетеді. Әр жылдары радиохабар таратуды жетілдіре түсіп, метрлік, ультрақысқа, дециметрлік толқындарды пайдалану нәтижесінде бірнеше радиоарналар ашылды. Нәтижесінде 1979 жылы барлық радиоарналар біріктіріліп, LRAV (*Sveriges Lokalradio*) – «Швецияның жергілікті радиосы» деп аталды. Радио құрылған 1925 жылдан 1987 жылға дейінгі аралық «Монополия кезеңі» деп аталды (1925–1987). 1987 жылдан бастап монополия жойылып, ультрақысқа толқында Швеция радиосының төртінші арнасы хабар бере бастады. 2007 жылдан бастап балаларға арналған «SR Babel», кейіннен Radioarans knattekanal деп аталатын радиостанция жұмыс істейді. Сондай-ақ «Білім» арнасы да бөлініп кетті. Швецияда білім беру саласында әртүрлі этникалық топтардың да өкілдеріне мүмкіндік береді. Олар білім алумен қатар өздері мекендейтін елдің тілін, мәдениетін білумен қатар халықаралық стандартқа сай қазіргі мектеп бағдарламасын меңгереді. Осы мақсатта швед тілін білмегендерге арнаулы сыныптар ашылған. Швед тілін оқытумен бірге өз тілдерінде де білім алуға жағдай жас алған.

Кейінгі кездері ұлттық азшылықтың тілдерін дамытуға көп көңіл бөлініп келеді. Швеция жерінде ұлттық азшылық бесеу: саамдар, еврейлер, цыгандар, шведтік финдер, турнедалецтер. Швецияның этникалық саясаты тарихи-саяси тұрғыдан әріге кетеді. Он алтыншы ғасырдан бастап жиырмасыншы ғасырға

дейінгі аралықта жергілікті халық-саамдарды ығыстыру арқылы бүгінгі күні азшылыққа айналды. Елдің солтүстігінде өмір сүріп, бұғы өсіріп жүрген көшпелі саам халқы тілінен, дінінен айрылып, басқа мәдениет пен мінез-құлықты бойына сіңірді. Осындай қатаң ассимиляцияландыру саясатын финдер мен турнедалецтер де бастан кешті. Швед өкіметінің мақсаты-бұл халықтарды «нағыз шведтерге» айналдыру болды, сондықтан оларға ана тілін қолдануға тыйым салынды.

Швециядағы алғашқы эмигранттар Ганза Одағынан келген немістер болды. XVI ғасырда елде финдер, цыгандар мен XVII ғасырда металлургияның дамуымен байланысты Бельгиядан келген – валлондар пайда болды. Ал XVIII ғасырда жер ауып келгендердің негізгілері еврейлер мен француз өнер қайраткерлері еді.

Оларға Швецияға келуге тыйым салынды, келген күнде де олар өз тектерін жасыруға немесе өзге ұлттар арасына араласуға мәжбүрледі. Қаншама уақыт осындай кемсітушікке ұшыраған бұл топтарға өткен ғасырдың 60-жылдарында швед тілін үйрену, әлеуметтік бейімделуге арналған бағдарламаларды белсенді жүзеге асыру басталды. Арнаулы газеттер мен журналдар шығарыла бастады. 1971 жылдан кейін Швеция байырғы тұрғындар мен мигранттар бойынша өзінің этникалық саясатын өзгертіп, мультимәдениеттілік мұратын іске асыруға кірісті. Бұлар Атазаң мен миграциялық саясатқа, білімге, БАҚ пен телерадиохабарларына, сондай-ақ күнделікті тұрмыс пен әскерге де енгізілді.

1850-1930 жылдары шведтердің АҚШ, Канада, Оңтүстік Америка және Австралияға жаппай көшуі ел үшін ауыр соққы болды. Осы уақытта кедейшіліктен құтылып, жақсы өмірді іздеген 1,5 миллион швед елді тастап кетті, бұл шамамен Швеция халқының 15-20%-ын құрады. Швецияның бұқаралық ақпарат құралдары мен телерадиохабарларының 1996 жылғы Заңына сәйкес: «телерадио хабарларымен айналысатын жеке тұлға немесе ұйымның мемлекеттік лицензиясы болса, онда оның қызметі демократиялық қоғамның іргелі тұжырымдамасына кепілдік бола алады...», – деп жазылған. Осы заң қазіргі Швецияның этномәдени алаңында көп мәдениетті бейнелеуді, сонымен қатар ел территориясында тұратын әртүрлі этникалық топтардың

жетістіктері мен проблемалары, тұрмыс-тіршілігі жайлы ақпарат беріп тұруды талап етеді. Қазіргі кезде ұлттық азшылық – цыган – романи чиб тіліндегі хабарлар екінші арна арқылы бүкіл Швецияға, ал тағы бір ұлттық азшылық-цыган/ром (Швециядағы аз ұлттардың бес ресми тілінің бірі) мәдениеті мен тілін қолдау үшін Стокгольмнан тарайды.

Саам (солтүстік саам) және фин тілдерінде жекелеген арналар хабар таратады.

Ағылшын, араб, күрд, парсы (парсы мен дари) және сомалий тілдерінде де бүкіл Швецияға, сонымен қатар FM-диапазонында Стокгольм аймағына хабарлар трансляцияланады. Бұл бағдарламалар ең алдымен, швед қоғамына кіруге бағыт-бағдар беретін Швецияға жақында ауып келген адамдарға арналған. Швеция радиосының сексен жылдан астам тарихы бар халықаралық бөлімінің хабарлары қысқартылып, қаржы араб, сомалий, цыган тілдерінде таратылатын хабарларға бөлінетін болады. Швеция радиосында сыртқа хабарлар тарату 1938 жылы жүзеге асырылды. Ең алғаш рет швед тілінде аптасына екі рет түнде бейсенбі, жексенбі күндері бір сағаттан қысқа толқында берілген хабарлар Солтүстік Америкада тұратын отандастарына арналды. Ағылшын, француз, неміс, испан, итальян, португал, орыс, белорусс, эстон, латыш тілдерінде хабар таратты. Орыс тіліндегі хабар 1967 жылдан басталды, ал эстон мен латыш хабарлары Кеңес Одағы құлағаннан кейін жүзеге асты. Ал литва тілінде тұрақты хабар жүргізуге Швеция жағынан адам табылмады. Алғашқы кезде орыс редакциясынан бес минут берілді, бірақ ұзаққа бармады.

Барлық елдердегідей Швецияда да өзгерістер болып тұруы заңды. 2010 жылдың наурызынан бастап, Швеция радиосының әкімшілігі қысқа және орта толқындардағы хабарлардың тоқтатылатыны туралы шешім шығарды. БАҚ-қа арналған мәлімдеме былай делінген: «Швеция радиосы Интернеттегі сайттарға сенім білдіре отырып, қысқа және орта толқындардағы хабарларын тоқтатады... Біз өз аудиториямызбен болуымыз керек, қазір біздің аудиториямыз Интернетте... Қаражатты неғұрлым тиімді пайдалануымыз қажет». Осыдан кейін Албан, босния, сербия, сирия және хорват тілдеріндегі хабарлар тоқтатылды.

Швеция радиосы (Radio Sweden) – қоғамдық хабар тарату қызметіне жатады, коммерциялық емес, жарнама берілмейді.

Швецияның барлық теледидар тұтынатын тұрғындары хабарларды көру және радиоқабылдағыштарды пайдалану үшін ерекше жарна төлейді. Соның есебінен радио мен теледидарды қаржыландырады. Сондықтан сыртқа хабар тарату азая берді. Ең соңғы болып неміс және орыс тілдеріндегі хабарлар тоқтатылды. Қазіргі кезде жаңалықтар барлық тілдерде сайтта жарияланады. Ағылшын тілді сайт күн сайын жаңартылады. Швеция радиосының шетелдік тыңдаушылары үшін жаңалықтардан басқа орыс, ағылшын, неміс тілдеріндегі подкаст бар. Біз Швеция радиосы орыс редакциясының жұмысымен танысу үшін мұрағаттан іздеп тауып, тыңдадық. «Орыс редакцияның девизи-біз шиеленіскен бірде-бір жақтың позициясын ұстанбаймыз, бірақ Швециядағы көзқарастар мен пікірлерді бейнелейміз». Демек, орыс бөлімі Швецияның шетелге хабар тарату радиосының бір тармағы болғандықтан Ресейге швед елін таныстырып келді, екі ел арасындағы достықтың көпірі болы.

Орыс хабары «қырғи-қабақ» соғыс кезінде дүниеге келсе де, Кеңес Одағы оны «түншықтырмады». Өйткені Швецияның демократиялық даму жолын ұстануына байланысты еш қауіп сезілмеді. Калининград пен Мурманскінің, Петрозаводск қалаларының радио үйлерінің шатырларында осы хабарларды қабылдайтын антенналар да орнатылған болатын. 1967-2010 жылдар аралығында хабар таратқан орыс редакциясы қырық жылдан астам уақыт ішінде талай журналистік жолсапарларға шығып, тыңдармандармен қызықты кездесулер өткізіп, тамаша репортаждар жасағандарын айтады. Сондай-ақ бұл жылдар ішінде радиотыңдаушылармен кері байланыс та жолға қойылды. Олар хат жазып, өз ой-пікірлерін білдіріп отырды. Мысалы, Чернобыль атом электростанциясындағы жарылысты Ресей тыңдаушылары осы радиодан естіді. Тіпті бір радиотыңдаушы:

*На горе горит реактор,  
Под горою пашет трактор.  
Если бы шведы не сказали,  
До сих пор бы там пахали.*

«Шведы» деп отырғаны – «Швеция радиосының» орыс қызметі.

Орыс редакциясының ұнтаспалары мен сұхбаттары сақталған. Олардың ішінде Виктор Некрасов пен Александр Галичтің, Иосиф Бродский мен Булат Окуджаваның дауыстары бар. Ал радиодағы дауыстар-ең құнды, тамаша деректерді еске салады. Олар заман үнін білдіреді, сол кезенді еске түсіреді. Ондай рухани құндылықтардың уақыт өткен сайын салмағы арта түсетіні сөзсіз. Ингмар Бергман, Астрид Линдгрен және басқа да швед мәдениет қайраткерлерінің үндері орыс аудиториясына жетті. 1992 жылы редакция өзінің 25-жылдығын әуелі Санкт-Петербургтегі тыңдаушыларымен, одан кейін Стокгольмнің Радио үйінде атап өтті. Бұл екі кездесу де барлық арналарда: қысқа және ұзын толқындарда, FM-диапазонында, сондай-ақ ғарыштық байланыстарда таратылды. Одан кейін де мерейтойлар өткізілді. 2025 жылы Швеция Радиосына (Sveriges Radio) бір ғасыр толады. Швецияда талантты журналистер мен өнер қайраткерлері радио-хабарлары арқылы көпшілікке танымал болды. Олар: Леннарт Хуланд (Lennart Hyland), Свен Джерринг (Sven Jerring), Якоб Далин (Jakob Dahlin), Лассе Холмквист (Lasse Holmqvist), Ингела Агард (Ingela Agardh), Стина Дабровски (Stina Dabrowski) және басқалар.

**Швеция теледидары.** Швецияның медиа саласының бірден бір бірегейі-радио мен телевизияның алатын орны ерекше. **Sveriges Television** телекомпаниясы және **Sveriges Radio** радиокомпаниясы – қоғамдық негізде хабар таратады, коммерциялық емес, жарнама берілмейді. Король технологиялық институтынан телевизиялық сынақтар 1954 жылы басталды, ал ресми хабар тарату Швед радиосының (Sveriges Radio) қоғамдық таратқышынан екі жылдан кейін жүзеге асырылды. Екінші телеарна 1969 жылдан басталып, радиокомпанияға берілді. Бірақ бірінші мен екінші телеарна арасында бәсекелестік пайда болды. 70 –жылдардың аяғында SR әртүрлі төрт компанияға бөлінді. Телевизиялық трансляция Швеция телевизиясына (Sveriges Television) (SVT) берілді.

TV3 алғашқы коммерциялық арна спутник арқылы Лондоннан хабарларын бастады. Сол кезде мемлекеттік БАҚ өз биліктерін қалай ұстап қалу туралы пікірталастар тудыра бастады. Социал-демократиялық Парламент Швецияда жекеменшік спутниктік антенналар болмауы керек деген пікірге келді. Бірақ

уақыт өте келе 1990-жылдардың басында жер үстіндегі ұлттық хабар тарату жүйесіне қосылуға мүмкіндік алу үшін TV4 бірінші коммерциялық арна пайда болды.

Швеция жер үстіндегі сандық теледидарды қолданушылардың алғашқылары болды. Төрт компания мен бес телеарна басымдыққа ие. Кабельді, ғарыштық, антенналы телеарналар жеткілікті. Үй шаруасындағы әйелдердің елу пайызы кабельді, отыз пайызы спутниктік, жиырма пайызы антенналы теледидардан хабар көретіні анықталды.

Мемлекеттік теледидар «СВТ» (SVT) топтық арналары мен жетекші «ТВ4» (TV4) жеке телеарна болып табылады. Сонымен қатар жүзге жуық жеке телеарналар 1993 жылдан бері хабар таратып келеді.

Радио и теледидар жүйесін (Public Service) – қоғамдық қызметті швециялықтар жоғары бағалап, үлкен сенім білдіреді. Бұл қызметті қолдау жылдан жылға артып келеді. Үкіметтің өзі бағдарламалар шеңбері бүкіл Швецияны қамтып, барлығына үшін қолжетімді болуына ниетті. Өйткені коммерциялық мүддеге тәуелді емес осындай радио мен теледидардың қажеттігі айқын болып отыр. Қоғамдық радио мен теледидар бағдарламалары тұтас алғанда, жыныс теңдігі, қоғамның әртүрлілігі жағынан да тұрғындарды жаппай қамтуы қажет. Алғышарттар өзгеріп келеді. Мысалы, радио сандық хабар таратуға көшті, өйткені мұның артықшылықтары көп. Дүниежүзінің көптеген елдері қазір сандық хабар таратуда. Ал Швеция FM-радиосының бүкіл жүйесін 2022 жылға қарай толық ауыстыруды жоспарлап отыр. Сандық радиоға көшуді қаржыландыру үшін үкімет мемлекеттік қарыздың қызметі бойынша Басқармадан қарыз ақша алады. Ал әзірше қаржыландырудың қазіргі жүйесі сақтала береді. Теледидар иелері абоненттік төлем төлейді, бұл тұрғындардың көңілінен шығып отыр. Ел халқының 90% төлейді және абонент саны өсіп келеді. Дәл осы үлгі теледидар мен радиоға коммерциялық құрылымдардан тәуелсіз болуға кепілдік береді. Сонымен қоғамдық радио мен теледидар жөніндегі үкімет ұсынған Заң жобасының негізгі кезеңдері: – 2022 жылға дейін FM радиосын сандық қызметке ауыстыру; – ТВ-абоненттер арқылы қаржыландыру (лицензиялық).

Өзірге дау – дамай теледидары жоқ, бірақ компьютер немесе басқа құрылғылар арқылы Швеция радиосы (SR) мен теледидары

(SVT) мен оқу-ақпараттық телеарна хабарларын қабылдай алатындар абоненттік төлем төлей ме, жоқ па деген төңіректе туындап отыр. Теледидар мен радио өз материалдарын қазір сайттарға салады: мәтін, сурет/таспа және дыбыстық файлдар барлығы бар. Швед радиосы қоғамдық хабар таратушыларға елдегі ұлттық азшылықтың ресми, олармен қатар идиш және цыган/рома чиб тілдерінде берілетін хабарлар үшін көбірек қаржы бөлуін қалар еді. Оқу-ақпараттық немесе жалпы білім беру арнасы (UR) тұрғындардың әртүрлі топтарының білім деңгейлерінің айырмашылығын азайту мақсатында балалар мен ересектер үшін қосымша 50 миллион крон алады.

Швеция демократиялық ел болғандықтан қоғамның әртүрлі деңгейіндегі демократиялық құрылымдар арқылы басқарылады. Сонымен қатар ел монархия болып саналады. Демек, мемлекетке патша немесе патшайым ие болады, бірақ саяси билігі жоқ, тек рәсімдік қызметтер орындайды. Елді демократиялық жолмен сайланған мемлекеттік қайраткерлер басқарады. Швецияда шешімдерді қабылдау үш саяси деңгейде жүзеге асырылады. Бұл деңгейлер: коммуналар, ландстингтер мен мемлекет. Сондай-ақ Швеция Евроодақтың бір бөлігі болғандықтан шешімдерді қабылдаудың мемлекеттен жоғары деңгейі де бар.

Демократия жағдайында сыбайлас жемқорлық пен билікті асыра пайдалануға қарсы тұратын бақылаушы қызметтер де үлкен роль атқарады. Конституцияға сәйкес БАҚ және тұрғындар елдегі басқару қалай жүзеге асып жатқандығы туралы білуге құқықтары бар. Осының арқасында Швеция сыбайлас жемқорлық пен билікті асыра пайдаланушылықтан кейбір елдер сияқты көп зардап шеккен жоқ. Елді басқару мәселелерді реттеуші Акт негізгі заң болып саналады. Ол мынадай сөйлемдерден басталады: «Швециядағы барлық қоғамдық өкімет халықтан басталады». Бұл дегеніміз – қоғамның әртүрлі дәрежедегі қабылданған шешімдері Швеция тұрғындарының мұраттары мен көзқарастарына негізделеді деген сөз. Саяси өкімет шартты түрде әртүрлі деңгейге бөлінеді: муниципалитет, ландстинг және аймақ, мемлекет пен Еуроодақ. Бірақ қоғамда бұдан басқа да демократиялық жүйе үшін мәні бар бірнеше орталықтар өмір сүреді. Азаматтық қоғам, бұқаралық ақпарат құралдары және нарық демократиялық қоғамның маңызды субъектілері мен алаңдары болып табылады. Бұқаралық

ақпарат құралдары (газеттер, радио, телевизия және Интернет) мемлекеттік биліктен тәуелсіз болуына байланысты қолдарында күш құрылымы бар саясаттанушылар мен басқа да адамдарға еркін ақпарат бере және бақылауға ала алады. БАҚ-тың маңызды міндеті-өзекті әлеуметтік мәселелерді қоғам талқысына салу.

Швецияда жұмысшы, экология және салауатты өмір сүруге арналған халықтық қозғалыстар азаматтық қоғамның қуатты күш екендігінің мысалы болып табылады. Қоғамда не үкімет, не нарық мұндай қозғаушы күшке ие бола алмайды. Азаматтық қоғам демократияның маңызды бөлігі болғандықтан азаматтардың ортада болып жатқан мәселеге араласуына және оған ықпал етуіне мүмкіндігі бар. Сөз және баспасөз бостандығы азаматтардың саяси өмірге қатысуына жанама үндеу болып табылады. Азаматтар БАҚ және саясат өкілдерімен жолығып, өз ой-пікірлерін ашық білдіре алады. Швед теледидары бағдарламаларының маңызды бөлігі қазіргі әлемдік үдеріске байланысты көңіл көтеретін бағдарламаларға арналатынын байқауға болады.

**Швециядағы сөз бостандығы.** Швециядағы сөз бостандығының тарихи тамыры тереңде. Біз айтқандай, 1766 жылдың екінші желтоқсанында цензура алынып тасталды және дүние жүзінде алғаш рет сөз бостандығы туралы заң қабылданды. Кейін оның негізгі ережелері елдің Конституциясына енгізілді. Бұл ұлттық бірегейлік пен қазірге дейін қоғам мен аудитория арасындағы күрделі өзара қарым-қатынасты сақтайтын әлемдегі неғұрлым еркін медиажүйе құрудың алғашқы бастамасы болды. Сөз бостандығы жолында тоғыз қағидат қалыптасты. **Білімді билік-сөз бостандығы жолында.** ХҮІІІ ғасырдың ортасында Швецияда ғылым мен мәдениеттің дамуымен «бостандық ғасыры» басталды. Оның көпшілігі король Адольф Фредриктің билігі кезіне тура келді. Әсіресе швед баспасөз бостандығы дамуы үшін мұның маңызы зор болды. Әрине, сөз бостандығы туралы заң швед тарихының өн бойында бірнеше рет өзгерді (1812, 1949 және 1982 жж). Қазіргі кезде пікір білдіру бостандығы туралы Заң (1991 жылы қабылданған, түзетулер 2003 ж) – неғұрлым кең құжат, баспасөзден бөлек барлық медианы: радио, теледидар, интернетті қамтиды. **Сауаттылықтың негізі – Реформацияда.** Протестанттық реформация кезінде де Қасиетті сөзді әркім түсініп оқу үшін сауаттылық қажет бол-

ды. Сондықтан 17-18 ғасырлар аралығында алғашқы газеттер пайда болып, швед қоғамы оқуға дайындықпен келді. Әскери хроникалар, өзекті мәселелер жайлы айтыстар, әдеби дебаттар – көптеген жанрлар мен тақырыптар түпнұсқа емес, британ және француз баспасөзінен алынды. Алайда сауаттылық пен білімділіктің жоғары деңгейі елде сөз бостандығы мен баспасөз бостандығының мызғымас негізін қалады. **«Халық үйі»: мемлекет барлығы үшін.** Батыс Еуропаның көптеген елдерінде сөз бостандығы дәстүрі мемлекет немесе оның билеушілері арқылы қалыптасты. Бірақ барлық елдерде Швециядағыдай соншалықты ықпалды бола алған жоқ. Бұл арада мемлекеттің «халық үйі» (folkhem) тұжырымдамасының мәні зор. Өйткені бұл құжат халықтың әл-ауқатын көтеруге ықпал етті. Шведтерге бостандықты ғана емес, оның орындалуына, алға басушылық пен теңдікті қамтамасыз ететін тұрмыстың жоғары сапасына кепілдік берді. Осындай жағдай болғанда ғана мемлекет баспасөз бен сөз, пікір білдіру бостандығын қамтамасыз ете алады және шведтік нұсқада баспасөз бостандығы бүкіл XX ғасыр бойында сан жағынан – басылымдардың көптігі, сапа жағынан – қоғамдық кеңістікте әртүрлі саяси көзқарастардың болуымен сипатталды. Бостандық пен жауапкершіліктің ажырағысыз байланысы 250 жылдан бері швед мемлекетінің медиасаясатын анықтап келеді. **Баспасөзді мемлекеттің қолдауы.** Швед баспасөзі 18-19 ғғ. Саяси партиялардың баспасөзі ретінде дамыды. Көп партиялы газет нарығы 1920-жылдары сан жағынан өзінің мәресіне жетіп, содан кейін саяси партиялардың газеттерінің танымалдылығы біртіндеп кеми бастады. 1950 жылдардың аяғында – 1960-жылдардың басында швед экономистері «газеттердің ажалы» келгендігін айта бастады. Партиялық пікір алуандылығының жоғары деңгейін қолдау және саяси партиялардан тәуелсіз бәсекеге қабылетті БАҚ-тың болуын сақтап қалу үшін швед мемлекеті 1965 жылы газеттерді қолдаудың қаржылық жүйесін құрды. Оған көп қаржы бөлінді, бұл – Батыс Еуропаның басқа елдеріне баспасөзге демеуқаржы жүйесін құрудың үлгісі болды. Бұл жүйе газеттерді жойылып кетуден сақтап қалды. ЮНЕСКО мәліметтері бойынша Швеция 2000-шы жылдардың ортасында газет оқудан әлемдік жетекші орынға шықты: 1000 адамға 400 дана газеттен келді. Кейіннен бұл көрсеткіш төмендесе де, басқа елдермен

салыстырғанда жоғары болып қала береді. **Қоғамдық хабар тарату – қоғамдағы бәтуаластық.** Батыс Еуропаның көптеген елдері сияқты Швецияның қоғамдық радиосы мен теледидары азаматтардың олардың тұрған жеріне, табысына, телерадио қабылдағыштарының техникалық деңгейіне қарамастан тең ақпарат алуына мүмкіндік берудің кепілі болып табылады. Саяси көзқарастары тұрғысынан әртүрлі баспасөзден – Швецияның қоғамдық хабар таратуы қызметі саяси емес институт ретінде тұтас қоғамға арналып құрылды. Бұл меншік құрылымына да әсер етті: 1960-жылдары оның құрамына әртүрлі қоғамдық күштер – кәсіподақтар, тұтынушылар ұйымдары, шіркеу, баспасөз және бизнес. Нәтижесінде SVT және SR мемлекеттен тәуелсіз болды және олардың қоғамдағы саяси ықпалы өсті.

Швецияның қоғамдық хабар таратуының тағы бір ерекшелігі – барлық көрермендер мен тыңдармандар қаржыландырады: олар тұрақты түрде теледидар мен радионы пайдаланғандары үшін лицензия төлеп келді. (2019-жылы лицензияны жойды – енді елдің барлық тұрғындары қосымша салық төлейді). Тәжірибеде аудитория үшін SVT және SR арналарында коммерциялық жарнама берілмейді. **Баспасөздің есеп беру міндетті жүйесі.** Журналистік әдеп мәселелері бойынша Швед баспасөз Комитеті – кәсіптік өзін-өзі реттеу органы – әлемдегі ең ежелгі болып табылады. Ол 1916 жылы көсемсөзшілер Клубының негізінде құрылды және кәсіптік комьюнити үшін ар-ождан соты болды. Оның ең алғашқы ережесінде журналистерге объективтілікті сақтау туралы жазылды. 1969 жылы баспасөздің есеп беру міндетті жүйесі баспасөз омбудсменімен толықтырылды. Ол аудиторияның журналистерге жасаған шағымдарын қарастырды, ал кейіннен журналистердің мінез-кұлқы Кодексі қабылданды. Швед бұқаралық ақпарат құралдарына, әсіресе қоғамдық хабарға сенім деңгейі өте жоғары, ал бұл елеулі түрде журналистердің қоғам алдында есеп беруге дайын екендігін көрсетеді. Журналистік әдеп сөзбен емес, іспен дәлелденеді. Журналистердің қоғам алдында есеп беруі үш негізгі қағидаға кепілдік береді: журналистерді адал болуға, сұхбат берушінің жеке өмірін және құқығын сыйлауға міндеттейтін жариялылық ережесі; Дереккөздермен жұмыс істеу, ақпаратты тексеру, журналистік қауымдастықпен ынтымақта болудың кәсіптік ережесі; Жаңалықтар және жарнама мазмұнымен бөлісу ережесі. **Журналистердің кәсіптік мәдениеті.** Швециядағы

сөз бостандығы XX ғасырда жаңалықтар журналистикасының жаңа идеалдарын қалыптастырды. Әңгіме журналистік талдау жасаудың шындыққа сай келетін, партиялық тәуелділіктен азат сыни кәсіби мәдениеті жайлы болады. Қоғам алдында есеп беру қағидасы – сөз бостандығы қағидасының табиғи салдары. Онымен Швецияның журналистері ғана емес баспагерлері, хабар таратушылары келіседі – бұл жұмыс берушілер мен жалдамалы жұмыскерлердің бір келісімге келуі.

Швед журналистері ондаған жылдар бойы бірауыздан баспасөздің рөлін былай қорытындылайды: Билік қызметін бақылау; Қоғамдық пікірсайысқа қызмет ету; қоғамды білімге шақыру; саяси ақпараттар ұсыну және қоғамдық пікір білдіру; аудиторияның көңіл көтеру мазмұнын ұсыну. **Медиабизнестің әлеуметтік жауапкершілігі.** XX ғасырдың аяғында швед медиабизнесі шоғырланудың елеулі деңгейіне жетті. Шоғырлану сөз бостандығына елеулі кедергі келтіру ретінде қарастырылатыны белгілі: БАҚ-тың сыни саяси экономиясы бұл тезисті көптеген мысалдармен растайды. Бірақ сөз бостандығының швед дәстүрі ірі бизнестің мінез-құлқын жөндейді. Оның жарқын үлгісі – 2000-жылдардың басында қабылданған Швецияның ірі медиаконцерндерінің бірі – Бонньерлер концернінің стратегиясы. «Орасан жауапкершілік арқылы орасан бостандық», – әдептік корпоративті қағидалар осылай тұжырымдалды, сонымен қатар әңгіме журналист материалдарының сапасы, ішкі редакциялық пікір алуандылығы және медиагиганттың өзінің экономикалық тұрақтылығы туралы болды. **Интернеттегі сөз бостандығы.** Швеция 1990-2000-жылдар аралығында интернетті енгізу жөнінде әлемдік жетекшілер санатында болды. Ғаламдық жүйенің жоғары деңгейіне қол жеткізе білген ел жаңа технологияны өндіріске және сервистік экономикаға енгізді. Швецияның Жапониямен тең дәрежеде 1980-жылдары келе жатқан ақпараттық қоғамның прототипі болуы тектен тек емес. Сөз бостандығы және қоғамдық маңызды ақпараттарға кең түрде адамдардың қол жеткізе алуы және жаңа интернет-кеңістік үшін заңмен бекітілді.

Швецияда интернеттің дамуы қоғамды ақпараттық байланыспен және қазіргі заманғы медиа-платформамен жедел қамтамасыз етіп қана қоймай, сонымен қатар елдің одан әрі технологиялық дамуына негіз қалап, болашаққа жол салу болып табылады.

### Әдебиеттер

1. Википедия. Шведские СМИ.
2. Gunnar Hallingsberg. Stockholm-Motala. Radion i Sverige från 20-tal till 50-tal. Stockholm: Atlantis, 1999. Gunnar Hallingsberg. Tidens tusende tungor. Radion i Sverige från 50-tal till 90-tal. Stockholm: Atlantis, 2000.
3. Mari-Anne Barrefelt – Lasse Boberg – Arne Weise. Våra 100 år med radio och TV. Stockholm: ICA Bokförlag, 2011.
4. Sveriges Radios historia – år för år. (Швеция радиосының ресми сайты): sverigesradio.se
5. Википедия. Шведское радио.
6. Котлова Е. С. В поисках баланса: шведская модель этнической политики на современном этапе Арктика и Север. 2016. № 25. стр.24.
7. diosweden.org – официальный сайт Шведское радио (англ.)
8. sr.se/international/ – официальный сайт SR International.
9. Радио Швеция на русском. История летописцев из Стокгольма. Латышское радио. 19.02.2018.
10. Шведская литература и наука // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. И 4 доп.). – СПб., 1890–1907.

**Аңдатпа.** Бұл ғылыми мақалада Швецияның баспасөзі, радиосы мен теледидары хабар таратуының басталуы, қалыптасуы мен дамуы сөз болады. Сонымен қатар жаңа технология, сөз бостандығы, баспасөз бостандығы жайлы да баяндалады.

**Түйін сөздер:** Баспасөз, газеттер, Швеция радиосы, шетелдерге хабар тарату, радиохабар, қысқа толқын, орта толқын, трансляция.

**Abstract.** This scientific article describes the origin, formation and development of the Swedish press, radio and television. It also tells about new technologies, freedom of speech, freedom of the press.

**Key words:** Press, newspapers, Swedish radio, foreign broadcasting, radio broadcasting, short wave, medium wave, broadcast.

**Аннотация.** В этой научной статье рассказывается о возникновении, становлении и развитии шведской прессы, радио и телевидения. Также рассматривается о новых технологиях, свободе слова, свободе прессы.

**Ключевые слова:** Пресса, газеты, шведское радио, зарубежное вещание, радиовещание, короткие волны, средние волны, трансляция.

Тойлыбаева Г.Б., Губашева Д.Т.

### **Блогосфера және оның типологиясы**

Интернет дәуірінің ақпарат пен коммуникацияның қуатты арнасы ретінде ашылуы оның пайдаланушыларын медиа индустрияның белсенді және пассивті қатысушыларына айналдырды. Бірақ ақпараттық коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамуы соңғы онжылдықтарда БАҚ-та болып жатқан түбегейлі өзгерістердің катализаторына айналды. 2005 жылдан бастап Web 2.0 [1] деп аталатын дәуірдің басталуы, «ақпаратты өндіру және тарату жүйесін өзгертуге негіз бола отырып» [2] интернет желісінің технологиялық, ақпараттық және мультимедиялық мүмкіндіктерін едәуір кеңейтті. 2011 жылдың аяғында тұжырымдамасы пайдаланушылардың әлеуметтік желілерінде (блогтар, әлеуметтік желілер және т.б.) негізделген Web 2.0 дәуірі дамудың жаңа кезеңіне – Web 3.0 дәуіріне жол ашты, оның тұжырымдамасы пайдаланушылар арасындағы коммуникацияларды толығымен жекелендіруге негіз болды.

Шетелдік сарапшылар мен халықаралық ұйымдардың деректері бойынша 2019 жылдың басында ғаламтор желісін пайдаланушылардың саны шамамен 4 млрд. адамды құрады [3]. Бұл біздің планетамыздың тұрғындарының 51,2 пайызданастамы қазіргі уақытта белгілі жеке сипатқа ие болған жаһандық коммуникацияларға қол жеткізді деген сөз [4]. Бұл ретте біздің елімізде 2018 жылы Интернет-пайдаланушылар саны 2017 жылмен салыстырғанда 5 млн. адамға артты [5]. Интернет пайдаланушылар санының өсуімен қатар блогосфераның танымалдығы да артып келеді. 2019 жылдың басында әлемдегі блогтар мен әлеуметтік желілерді пайдаланушылар 3,5 млрд. адамды құрады. Блогтардың сандық және сапалық дамуы жүріп жатқан коммуникациялық төңкерісті және бақыланатын біржақты байланыс моделінен орталықсыздандырылған, интерактивті және жекелендірілген модельге көшуді көрсетеді. Мамандардың пікірінше, қазіргі уақытта блогосфераның дамуы «екі жақты симметриялы байланыс моделін байыту» үшін жағдай жасауда [6]. Интернет желісінің әрбір пайдаланушысы ақпараттың

тұтынушысы ретінде де, оның көзі де, авторы да болып табылады. Осының арқасында блогосферадағы байланыс көпжақты сипатқа ие болады, сонымен бірге байланыс процесіне көптеген қатысушыларды уақыт, жас, географиялық, әлеуметтік сынды шектеулеріне қарамастан тартады. Дәстүрлі БАҚ ұзақ уақыт бойы қол жеткізуге ұмтылған мақсат қазір ақпараттық қоғам мен ақпараттық-коммуникациялық технологияларды дамытудың арқасында өз көрінісін тапты [7].

Блогосфераның дамуының тарихи аспектілерін, оның функционалдық сипаттамалары мен типологиясын талдау барысында, ең алдымен, осы саладағы тиісті терминологиялық аппаратты нақтылап, «блог» және «блогосфера» ұғымдарының мазмұнын анықтау қажет.

«**Блог**» термині алғаш рет (*ағылш. “blog”*) 1997 жылы пайда болды, содан кейін бірқатар маңызды өзгерістерге ұшырады. Алайда, зерттеушілердің пікірінше, алғашқы интернет – күнделіктер, «блог» термині пайда болмай тұрып шыққан. Бір нұсқа бойынша, ең бірінші блогты 1994 жылы Дж.Холл есімді студент бастаған. Басқа зерттеушілердің нұсқасы бойынша авторлық интернет-күнделік идеясы британдық ғалымға, ақпараттық саладағы көптеген әзірлемелердің авторы, британдық ғалым Т. Бернерс-Лиге тиесілі деп санайды. Себебі ол өзінің жеке парақшасында жаңа сайттар мен браузерлердің жаңартуларына сілтемелер тізімін орналастырып отырған. Бірақ мұндай «блогтар» интерактивті сипаттамаларға ие болған жоқ, себебі оқырмандар тарапынан материалдарға пікір беру функциясы қарастырылмаған. Бірінші блогты жасаушылардың қатарында американдық ғалым, бағдарламашы, UserLand компаниясының президенті Д.Вайнер де бар. Оның 1997 жылы пайда болған Scripting News блогы желіні пайдаланушылар арасында кеңінен танымал болды. 1994 жылы RSS-тің автоматтандырылған ақпарат беру технологиясын блог жүргізудің практикалық қырының ажырамас элементіне айналуы да Д.Вайнерге тиесілі [8]. Оның пайда болуы мен таралуы медиа трансформациясы үшін де маңызды болды. Scripting News блогында іс жүзінде түпнұсқа мазмұны болмаса да, ол өзінің функционалды сипаттамалары бойынша интернет-күнделік ұсынды. Осыған байланысты 1997 жылды зерттеушілердің көпшілігі блогтың пайда болуы деп санайды [9].

1999 жылы бағдарламашы Й. Баргер интернет-күнделіктерді «weblog» терминімен, яғни «logging the web» («желі оқиғаларын тіркеу») ұғымынан туынды деп атауды ұсынды. Бұл термин жұртшылық арасында да, кәсіпқойлар арасында да кең тарағаннан кейін, 1999 жылы П. Мерхольц (Peterme.com блогының авторы) осы тұжырымдамада басқа семантикалық компонентті анықтады: we blog («біз блог жасаймыз»), яғни оның пікірінше, осы компонент ресурстың табиғатын және оған ұсынылатын байланыс мүмкіндіктерін дәл көрсетеді. Дәл осы идеяға сүйене отырып, Э. Уильямс (Blogger.com және Twitter блог-платформаларының негізін қалаушылардың бірі) “we blog” компонентінен «блоггер» («blogger») – блог жүргізетін адам, «блогинг» («blogging») – блог жүргізу процесі ұғымдарын ұсынды. Ал, оның негізінде У.Квик «блогосфера» терминін ұсынды. У.Квик «блогосфераны» – интернеттегі барлық блогтардың жиынтығын әлеуметтік желі және динамикалық ақпараттық-коммуникациялық қабық ретінде біріктіретін кеңістік ретінде түсіндірді. [10]

1999 жылы Blogger.com жобасы желі қолданушыларына қарапайым интернет-күнделік жағдайынан айтарлықтай дамыған блогтарды орналастыру үшін бағдарламалық мүмкіндіктер мен кеңістік ұсынған алғашқы алаң атанды. Енді өз блогыңызды құру үшін кәсіби бағдарламашы болу немесе олардың көмегіне жүгіну немесе арнайы білімге ие болу қажет болмады және бұл өз кезегінде байланыс мүмкіндіктерін едәуір кеңейтті, блогтар санының көшкін тәрізді өсуіне және блогосфераны игеретін пайдаланушылар санының көбеюіне септігін тигізді.

Қазіргі уақытта блогтар коммуникативті қызметке, соның ішінде журналистикаға айтарлықтай әсер етеді. Олар ақпараттық және коммуникациялық арна ретінде интернеттің ең маңызды құралдарының бірі болып қала береді.

Блогты белгілі бір объект ретінде зерттеу оның мазмұнын, ерекшеліктері мен типологиялық белгілерін анықтауды талап. Ең алдымен қазіргі ғылымдағы осы терминнің мазмұнына жүгінейік. Мысалы, О.Г. Филатова блогты «деректерді ұйымдастыру нысаны», «әртүрлі мазмұнды қамтитын веб-құжаттар жиынтығы: мәтіндер, суреттер, гиперсілемелер, мультимедиа файлдары және блогпен жұмысты жеңіл, жылдам және пайдаланушыдан арнайы дағдылар мен білімді талап етпейтін әртүрлі мазмұнды

қамтитын веб-құжаттар жиынтығы: мәтіндер, суреттер, гиперсілтемелер, мультимедиа файлдарының жарияланымдар жүйесі» ретінде анықтайды [12]. Айта кету керек, бұл анықтамада блогтардың ерекшеліктерін сипаттайтын технологиялық аспект басым және олардың коммуникативті сипаттамаларына баса назар аударылмайды. Бұл ретте О.Г. Филатова блогты «журналистика эволюциясындағы кезекті саты» [13] ретінде қарастыруды ұсынады. Е.В. Костенконың, В.Л. Волхонскийдің пікірінше, блогтың дәстүрлі күнделіктен айырмашылығы қоршаған ортамен анықталады: көп жағдайда блогтар жұртқа жариялылығымен сипатталады және автормен ашық пікірталасқа жол ашатын немесе белгілі бір проблема бойынша өзара байланыс жасай алатын оқырмандар аудиториясының болуын қамтамасыз етеді [14]. Бұл анықтамамен келіспеуге болмайды, сонымен қатар блогтың коммуникативті сипаттамаларына ғана емес, сонымен қатар оның желілік күнделік сатысынан эволюциясына назар аударылатындығын айту қажет, дегенмен зерттеушілер осы ресурстың маңызды сипаттамаларына аз көңіл бөледі. «Блог» ұғымына анықтама бере отырып, Е.М. Пак, өз кезегінде, оны «әдеби-публицистикалық жанрлардың қоймасы» деп түсіндіреді. Ол блогтың күрделі, ерекше жанрлық сипаттамасын былай суреттейді:

- автордың өзін-өзі таныстыруының болуы: ойларды баяндаудың ашық және еркін сипаты, өз көзқарасын білдіруі;
- хабарламалардың мерзімін белгілеу;
- пікірсайыс: диалогқа шақыру, аудитория мен блогер арасындағы кері байланыс, түсініктеме беру;
- фрагменттік: блог жарияланымдары құрылымданбаған, стихиялық сипатта болады (жеке сипаттағы жазбалар мақалалармен, жазбалармен, фото, бейне-материалдармен, түсініктемелермен, пікірлермен және т. б. қоса ұсынылады);
- жүйелілік;
- баяндалған материалдың стилі мен құрылымындағы еркіндік [15].

Таңдалған белгілерге сүйене отырып, зерттеуші блог жанрын кез-келген мазмұнмен толтыруға болады деген қорытындыға келеді. Сонымен қатар, автор осы материалдардың жалпы стильдік ерекшелігін авторлық «мен» ұғымымен сипаттайды [16].

Теориялық дереккөздерді талдау көрсеткендей, қазіргі уақытта зерттеушілер филологиялық ғылым аясында да, пәнаралық контексте де «блог» ұғымының анықтамаларын әдістемелік көзқарастар тұрғысынан әр түрлі ұсынады. Сонымен қатар, олардың көпшілігінің мазмұнында блогтардың авторларын бұқаралық ақпарат құралдарынан ажыратудың қиындықтары байқалады. Блогтардың алғашқы классификациясы батыс авторларында 2000 жылдардың бірінші жартысында пайда болды. Бұл батыста блогосфераның дамуының ертерек басталуымен байланысты. К.В. Плещенко атап өткендей, «американдық және батыс еуропалық блогтар интернет-беттердің біртіндеп қалыптасуынан (1997-2000 жж.) бастап, бұқаралық ақпарат құралдары мен көптеген зерттеушілер арасында жаппай танымалдыққа дейін сондай-ақ бұқаралық әлеуметтік желілермен бәсекелестікке дейін бірнеше кезеңдерден өтті» [17].

Қазіргі ТМД елдерінде блогосфера кейінірек дамыды, эволюцияның ұқсас кезеңдерінен өтті, бірақ артта қалды. Осы тұрғыда Қазақстандағы блогосфераның дамуына тоқталайық. 2012 жылы Қазақстанда интернет-журналистика, оның ішінде блогосфераның даму қарқыны жоғары болатын. Қазақ тілді сайттар өте аз еді. Шет елде оқып келген қазақ жастары қазақ тілді блогтұғырлы сайттар аша бастады. 2012 жылы олардың бастарын біріктірген алғашқы блог-құрылтай өтті. Дәл сол жылдары интернет те елдің түкпір-түкіпірінде қолжетімді бола бастаған еді. Газеттер де өз сайттарын жаңалай бастады. Блогерлердің әр түрлі бағытта ашқан блогтұғырлы сайттары қазақ жастарының сұранысына ие болды. Тіл, дін, әлеумет, әншілер, отбасы, этнография салалары бойынша блогтар жазыла бастады. Өз аудиториясын жинап та үлгерді. Әкімдіктер де олармен санаса бастады. Блогшыларды шақырып, қаржыландырып, блогқұрылтайлар өткізді. Интернет саласындағы негізгі проблемаларды шешу, блог жазуды үйрету, монетизациялау үдерісі басталды. Блогерлердің арасында ІТ саласының түлектері белсенділік танытты. Интернетті, жаңа технологияны жақсы білетін оларсайт жасаумен айналысты. Қоғамдық пікір туғызатындай танымалдылығы, белсенділігі арта түсті, журналистика саласында бақтары жанды деп айтуға болады. Қазір белгілі бір мәселені хэштег қою арқылы көтеріп, қоғамдық резонанс тудыра алады. Қарапайым

желі қолданушылары да, журналистер де блогерлер сынды кез келген маңызды тақырыпта жаза алады. Бірақ әлеуметтік желі қолданушыларының бәрін блогер деуге келмейді [18].

ТМД зерттеушілерінің еңбектерінде блогосфераны типологизациялау мәселесі кейінірек көтерілді. Айта кету керек, зерттеушілер заманауи блогосферадағы блогтардың қазіргі түрлерін жіктеу үшін тақырыптық, авторлық, мазмұнды, функционалды, блогтарда ұйымдастырылған байланыс әдісі бойынша, сондай-ақ әртүрлі техникалық сипаттамаларға сәйкес әртүрлі критерийлерді ұсынады. Мысалы, ресейлік зерттеуші Е.В. Костенко өз зерттеуінде авторлық өлшем негізінде блогтардың типологиясын былай келтірілген:

- жеке (авторлық) блог;
- жалған атты («елес» блогы) – оны автор немесе блогерлер ұжымы жалған атпен немесе бүркеншік атпен жүргізеді;
  - жалған блог (белгілі адамның немесе ұйымның атынан жүргізілетін блог түрі);

- ұжымдық блог;
  - корпоративтік блог (бір ұйымның қызметкерлері);
  - жарнамалық немесе PR-блог – (қандай да бір компанияның, жеке тұлғаның немесе тұлғалар тобының алдына ала жоспарланған жобасы арқылы қызметтерді/өнімді жарнамалау, идеяларды ілгерілету және т.б. мақсатында) [19]. Берілген типологиялардың әртүрлі функциялары бар. Оларға қысқаша тоқтала кетсек, зерттеушілер блогтарға тән келесі функцияларды ажыратады, әр функция белгілі бір блогта басым болуы мүмкін және блогтың тиісті түрімен байланысып, функционалды сипаттамалары бойынша күрделі ресурстар құра алады:

- зерттеушілер кәсіби блогтар үшін маңызды деп санайтын *ақпараттық функция*;

- *фатикалық функция*-аудиториямен кері байланысты қолдауды көздейді, бұл оқырмандардың белсенділігін қадағалауға, олар туралы қажетті деректерді жинауға, даулар мен пікірталастарды бастауға, бір мезгілде бір немесе бірнеше оқырмандармен диалог құруға мүмкіндік береді.

- *анықтамалық функция*-блогтар көбінесе қоғам үшін маңызды ақпараттың қайнар көзіне айналады және журналист, кез-

келген қарапайым қолданушы сияқты, дәстүрлі көздерде жок өзекті ақпаратты табу үшін блогтарды қолдана алады.

- *ұйымдастыру функциясы*-блог «блогер-блогер», «оқырман-блогер» және «оқырман» диадтарында байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Бұл өзара қызуғушылығы ортақ құрылған қауымдастықтарды құруға және қолдауға мүмкіндік береді.

Блогтардың функциясының өзгеше жіктелуі В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколовтың еңбектерінде ұсынылған:

- *өзін-өзі таныстыру функциясы*-бұндай блог түрін жүргізудің жеңілдігі автордың өзіне де, оның көптеген пайдаланушыларына да өздері туралы бүкіл әлемге айтуға мүмкіндік береді.

- *ойын-сауық функциясы*-блогтар-бұл бос уақыты бар және оны қалай жұмсауды іздейтін адамдардың жиі қолданатын алаңы;

- *әлеуметтік байланыстарды біріктіру және сақтау функциясы*-блогтар пайдаланушыларды жақын көзқарастармен немесе мүдделермен біріктіреді, бұл бір-бірімен ұзақ қашықтықта да байланыс орнатуға мүмкіндік береді

- *Өзін өзі дамыту және рефлексия функциясы*

Блогтар авторға және оқырмандарына «өзгеше Мен бейнесін» жасауға мүмкіндік береді. Бәлкім, бұл бейнеге олар болашақта ұмтылуы немесе одан алыстауы мүмкін. Кейбір блогерлердің айтуынша, блогты жариялау оларға өз ойларын сауатты жеткізуге, жүргізуге және олар баяндайтын оқиғаларды түсінуге көмектесті.

- *психотерапиялық функция* – бұл функция алдын-ала болжануы мүмкін немесе блог жүргізу барысында пайда болуы мүмкін.

Жоғарыда қарастырылған жіктеулердің мазмұны қазіргі уақытта әлеуметтік өмірдің барлық салалары белгілі бір формада және ауқымда блогосферамен өзара әрекеттеседі деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Жоғарыда келтірілген талдауларды қорытындылай келе, тұтастай алғанда, блогосфераның қазіргі даму жағдайында, «блог» тұжырымдамасының мазмұнын, оның ерекшеліктерін, функцияларын және қолданыстағы вариативті типологияларды зерттеуге сүйене отырып, қазіргі заманғы блогты нақты бұқаралық коммуникация құралы ретінде анықтаған жөн, оны пайдалану жаңа ақпараттық технологияларды қолдану арқылы коммуникацияны байытуға және оның кеңістігін кеңейтуге мүмкіндік береді.

### Әдебиеттер

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под научн. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург, Москва: Гуманитарный университет, Кабинетный ученый, 2016. – 304 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социал. прогнозирования / пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева. – Москва: Academia, 2009. – 783 с.
3. Большой толковый социологический словарь/ Под ред. Н.С.Погарского. – М.: Наука, 2017. В 2 т. – Т. 2. – 544 с.
4. Верховская А.И. На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / Под ред. А.И. Верховской. – М., 2010. – 200 с.
5. Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. – СПб., 2006. – 196 с.
6. Волохонский В.Л., Зайцева Ю.Е., Соколова М.М. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколова. – СПб.: Изд. СПбГУ. 2006. – 300 с.
7. Глинская И.Ю. Средства массовой коммуникации и их воздействие на массовое сознание // Массовые информационные процессы в современной России. – М.: Гнозис, 2002. – 200 с.

### Сілтемелер

1) O'Reilly T. What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [Электрондық ресурс]. 2005. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 13.02.2019)

2) Кожемякин Е.А., Попов А.А. Блоги как средство журналистской коммуникации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 6 (125). С. 146

3) Barassi V. Does Web 3.0 Comes after Web 2.0? Deconstructing theoretical assumptions through practice // New media & society. 2012. № 3. P.4. DOI: 10.1177/1461444812445878

4) ITU Measuring the Information Society Report 2018 [Электрондық ресурс]// ITU Official Web Site. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx> (күні: 14.02.2019), Global digital population as of January 2019 (in millions) [Электронный источник]// The Global Statistical Portal. 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (күні: 13.02.2019)

5) Интернет-доступ (мировой рынок): Tadviser компаниясының аналитикалық есебі. [Электрондық ресурс]. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%8>

2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF\_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%B%D0%BE%D0%B9\_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29 (дата обращения: 11.02.2019)

6) Филатова О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер.9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. № 4. С. 281

7) Ильиных Е.В. Блоггинг как социальный институт // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. Институциональные изменения в России и мире: Сб. мат-в межд. науч. практ. интернет-конф. Пермь: Пермский гос. национальный исследовательский ун-т. 2015. С. 33

8) Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования: Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий / Под ред. И. Засурского. В 2 ч. Ч.2. I. Блоги в системе массовых коммуникаций. М.: изд-во МГУ 2007. С.12

9) Кульминская А.В. Интернет как пространство построения социального взаимодействия // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2012. № 2. С. 210

10) Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования: Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий / Под ред. И.Засурского. В 2 чт. Ч.2. I. Блоги в системе массовых коммуникаций. М.: изд-во МГУ 2007. С.13

11) Попов А.А. Блоги. Новая сфера влияния. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009. С.11

12) Орлова К.А., Кириллин К.А. Блог как новая форма массовой коммуникации: особенности правового регулирования // Медиаисследования. 2015. № 2. С. 192.

13) С.193 107 Костенко Е.В. Когнитивный аспект влияния сетевых СМИ на массовое сознание // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 5. С.51

14) С.50, Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. СПб, 2006. С.66

15) Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СанктПетербургского ун-та. Язык и литература. 2011. № 2. С.284

16) Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СанктПетербургского ун-та. Язык и литература. 2011. № 2. С.284

17) Плещенко К.В. О типологии украинской блогосферы // Известия южного федерального ун-та. Филологические науки. 2013. №4. С.138-143.

18) [Электронный ресурс]. URL: <https://informburo.kz/kaz/like-layy-emes-blogger-zhurnalist-emes.html> (күні:30.06.2017)

19) Костенко Е.В. Когнитивный аспект влияния сетевых СМИ на массовое сознание // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 5. С.50-54.

**Андатпа:** Жаһандану дәуіріндегі блогосфера қоғамға өзіндік ықпалын тигізіп жатқаны сөзсіз. Бірақ бұл «жаңа медиа» түрін бұқаралық ақпарат құралына жатқызуға болады ма? Пайдаланушылары күннен күнге көбейіп келе жатқан бұл саланың өзіндік даму тарихы мен типологиясы және функциялары бар. Алайда, осы аспектілер салыстырмалы контексте қазіргі ғылымда әлі жеткілікті зерттелген жоқ. Қазіргі коммуникация жүйесінде өсіп келе жатқан маңыздылығымен анықталатын бұл саланың ерекшеліктерін анықтау бұл мақаланың басты өзектілігі болып табылады. Мақалада «блогосфера» сөзінің шығу тарихы мен дамуын, оның типологиясы мен функцияларын қарастырамыз.

**Түйін сөздер:** блог, блоггер, блогосфера, интернет, жаңа медиа, БАҚ, БҚК, классификация, типология, функция.

**Аннотация:** Несомненно, что в эпоху глобализации блогосфера оказывает свое влияние на общество. Но можно ли отнести этот тип «новой медиа» к средствам массовой информации? Эта отрасль имеет свою историю развития, типологию и функции. Выявление особенностей данной сферы, определяемых возрастающей значимостью в современной системе коммуникаций, является главной актуальностью данной статьи. В статье мы рассмотрим происхождение и развитие слова «блогосфера», его типологию и функции.

**Ключевые слова:** блог, блоггер, блогосфера, интернет, новая медиа, СМИ, СМК, классификация, типология, функция

**Annotation:** There is no doubt that in the era of globalization, the blogosphere has an impact on society. But can this type of «new media» be attributed to the mass media? This sphere has its own history, typology and functions. The main relevance of this article is to identify the features of this sphere, which are determined by the increasing importance in the modern communication system. In this article, we will consider the origin and development of the word “blogosphere”, its typology and functions.

**Keywords:** blog, blogger, blogosphere, internet, new media, mass media, mass communication media, classification, typology, function.

Шорохов Д.П.

**Спорт и агрессивное поведение**  
*(анализ медийного освещения конфликта  
Харитонов – Яндиева)*

В масс-медиа на протяжении длительного времени печатается информация об агрессивном, прямо скажем, криминальном поведении спортсменов вне ринга. Огромный общественный резонанс вызвало дело Расула Мирзаева (смерть Ивана Агафонова), история с Хабибом Нурмагомедовым (инцидент после боя с Конором МакГреггором), «подвиги» Александра Емельяненко и целый ряд других аналогичных эксцессов.

Совсем недавно социальные сети всколыхнуло новое дело – выяснение отношений вне ринга Адама Яндиева и Сергея Харитонова. Рассмотрим сам инцидент и попробуем разобраться в причинах того, что произошло и как развивались события. 13 ноября они были приглашены в качестве почетных гостей на «Битву чемпионов» в Лужниках, где представители разных стилей выясняли, чья школа эффективней – карате, бирманский бокс или панкратион... Как потом об этом говорили журналисты: «Самая обсуждаемая битва большого бойцовского вечера в Лужниках состоялась увы за пределами ринга в фойе спортивного комплекса» [1].

Именно там Адам Яндиев сначала избил спортсмена и друга Харитонова Руслана Абдо, а затем напал на Сергея. По поводу Абдо следует сказать отдельно, поэтому к нему мы еще вернемся.

На кадрах, транслируемых по ТВ и социальным сетям мы видим, как Яндиев, стоя спиной к камере, беседует с Харитоновым, руки которого не просто опущены, а находятся в карманах штанов. Затем следует серия неожиданных ударов по лицу Сергея, после чего наступает ответная, довольно сумбурная реакция со стороны Харитонова, в результате которой бой переходит в партер. Яндиев в ходе борьбы оказывается сверху. Затем уже с другого ракурса появляется куча полицейских, которые держат Харитонова, обступив его кольцом, в то время как Яндиев свободно

ходит кругами и что-то выкрикивает. Из его тирады более-менее различима последняя фраза: «Кому я должен был?» [2].

Насчет качества видео необходимо сразу сказать, что оно оставляет желать лучшего. Во-первых, крайне маленькое разрешение, и во-вторых, камера постоянно ходит. Часть видео снята без звука, часть – на смартфоны с крайне невыгодного ракурса. Из того материала, который оказался в свободном доступе, сделать какие бы то ни было выводы относительно причин или повода, в результате которых разгорелся конфликт, невозможно.

Харитонов в своем интервью Александру Лютикову на его Ютуб-канале (которое к моменту написания данной статьи набрало 2,401,320 просмотров) говорит о том, что Яндиев использовал кастет, с помощью которого сломал орбитальную кость и нанес серьезные повреждения глазу. На этом видео отчетливо видно, что правый глаз Харитонова серьезно сильно отек и потемнел [3].

Информацию о кастете, также тиражируют традиционные масс-медиа. В репортаже Егора Брагина звучит следующее: «После допроса мужчины правоохранителям приходится внимательно изучать эти кадры не самого лучшего качества. Рассмотреть дробящее оружие в руках на этом видео будет сложно». После чего идет разъяснение относительно того, что пока в отношении Яндиева возбуждено 2 уголовных дела (по заявлению Руслана Абдо и Сергея Харитонова), которые пока квалифицируются как умышленное причинение легкого вреда здоровью (115 статья Уголовного кодекса РФ). И дается небольшая ремарка: «Если все же окажется что в руках действительно был кастет, не исключено, что уголовное дело может быть переквалифицировано по более серьезной статье» [4].

Это, пожалуй, весь фактический материал, который касается самого инцидента. Есть еще, правда, некоторые детали, такие как, поведение полицейских во время драки или высказывания Харитонова по поводу того, что у Яндиева были сообщники, помогавшие ему во время потасовки. Однако все это частности, которые могли бы представлять интерес в ходе судебного разбирательства, но в нашем случае принципиального значения не имеют, поэтому дальше можно смело переходить к выяснению причинно-следственных связей.

Итак, почему же произошла драка. Версия Яндиева в двух словах сводится к тому, что Харитонов его оскорбил и за это получил заслуженное наказание. Позиция Сергея диаметрально противоположенная – Яндиев многократно занимал у него деньги, отдавать их не хотел и решил таким скандальным образом выйти из ситуации.

Разберемся подробнее в позиции каждого участника конфликта, но прежде чем это сделать, скажем пару слов о том, как реагировали социальные сети и спортивное комьюнити. Инцидент, как и положено в таких случаях, традиционно всколыхнул медийный дискурс – появились «экспертные интервью», посыпалась череда комментариев. Гневно и однозначно негодуя по поводу «подлого», «мерзкого» «нежданчика» высказался Дацик (Рыжий Тарзан), обещая восстановить репутацию [5]. Крайне обтекаемо и немного двусмысленно, очевидно, вспоминая прошлые обиды на Харитонина, записал видеообращение Олег Тахтаров (позже, когда конфликт был «исчерпан», его высказывания стали куда более жесткими) [6]. Лаконично, без какой-либо конкретики, в стиле философской морализации отозвался Хабиб Нурмагомедов: «жаль осознавать, что в наше время деньги выше братских отношений» [7]. Осторожно, стараясь избежать поспешных и опрометчивых высказываний, изложил свой взгляд Александр Шлеменко («Шторм»), риторика которого к моменту разрешения конфликта тоже изменилась [8].

Версия Сергея Харитонина появилась на Ютуб-канале Александра Лютикова 14 ноября. На данный момент ее просмотрели 2,402,216 человек. Интервью, взятое по горячим следам, называлось «Сергей Харитонов – вся ПРАВДА про Адама Яндиева». Аудитория поддержала Харитонина, поставив 88 тысяч лайков и всего 3 тысячи дизлайков. Начинается оно с того, как Сергей рассказывает о своем знакомстве с Адамом через его брата Абукара, которого характеризует как «отличного парня», также довольно хорошо отзывается об их отце.

Более тесное их общение происходит во время совместной поездки в Таиланд, куда Харитонов пригласил Адама после того, как встретил его у своего друга Дмитрия, к нему Яндиев пришел «весь перебинтованный и зашитый» со своей женой Аишей. На тот момент Адам со слов Харитонина скрывался от своих врагов,

которые его «заказали» и собирались убить. Зная о финансовых проблемах Яндиева, Харитонов предложил ему свою помощь, купил билет на самолет, оплатил ему и супруге номер в гостинице. А кроме того подарил дорогую сумку из питона. Яндиеву этого показалось мало, и он попросил, чтобы Сергей еще и его жене за несколько тысяч долларов купил сумку. Харитонов несмотря на собственные сложности с финансами согласился и на это.

По возвращении спустя некоторое время Адам обратился с просьбой занять ему 200 000 рублей в долг, обещая, как только появится возможность, их обязательно вернуть. Сергей проявил чудеса сострадания и щедрости – сам нуждаясь в деньгах, взял кредит в полтора миллиона и из него отдал запрашиваемую сумму Адаму. Со слов Харитонova таким образом он «спонсировал» Яндиева несколько раз к ряду, пока не истратил миллион, и ему пришлось перекрыть кран «инвестиционных» вливаний, видимо, задумываясь о кредитоспособности своего ингушского «брата» (так, к слову сказать, Яндиев называл Харитонova в соц. сетях).

Далее Харитонов вспоминает своего друга бизнесмена Макса (фамилию не называет), с которым познакомил Яндиева, рассказав о временных финансовых сложностях последнего. Каким-то странным образом этот Макс сделал подарок Адаму в размере 20 000 долларов, когда у того родился ребенок. После чего четыре раза ежемесячно Макс выделял займы Адаму по 5 тысяч долларов, так сказать на спортивные достижения. На пятый месяц терпение закончилось, финансирование прекратилось и общение между ними прервалось.

Харитонов обо всем этом узнал постфактум и решил предупредить других своих друзей: Руслана Абдо (о нем мы говорили выше) и Виталия Трунова, что Адам долги не возвращает. А также еще одного друга Максимилиана Лапина – основателя сети магазинов «Розовый кролик», который в свою очередь собирался задействовать Яндиева в рекламной кампании. Естественно, после разговора Лапина и Харитонova сделка не состоялась. Адама это расстроило, и он позвонил с претензиями к Харитонову, что, дескать, тот порочит его репутацию, а деньги давал исключительно на безвозмездной основе как помощь. Сергей на это констатировал – если есть совесть, деньги отдашь, нет, значит, Бог – судья.

Параллельно всплывает фигура Руслана Абдо, который, будучи другом Харитоновой и зная о невозвращенных долгах, в одном из пабликов написал что-то нелицеприятное о кредитоспособности Адама. Кавказские фанаты Яндиева среагировали на это в своем репертуаре – пригрозили приехать в Москву, доказать, что Яндиев никому ничего не должен и потребовали за это у Абдо 10 миллионов рублей. Один из таких «правдоискателей» не поленился, прилетел в Москву, пытался найти Руслана, но встреча не состоялась.

Харитонов от истории Абдо несколько дистанцируется, намекая на то, что не одобрял подобного поведение и подчеркивает, что информацией о невозвращенных долгах делился не для всеобщего пользования, а строго конфиденциально.

Следующая часть повествования Харитоновой касается непосредственно самого инцидента. Здесь ключевыми моментами являются – фактор неожиданности и кастет, а также история о конфликте Адама с Владимиром Минеевым, Камилем Гаджиевым и Али Багаутдиновым (либо Расулом Мирзаевым – здесь Сергей делает ремарку, что точно не помнит). Суть такова – было между ними недопонимание, которое Адам решил серией неожиданных нокаутов вне ринга, заставив оппонентов просить у него прощения, о чем после «хорохорясь» делился со всеми подряд.

Вообще, надо сказать, что Харитонов давая нелестную оценку Яндиеву, говоря о его подлости, о том, что он нигде один не появляется, всегда подстраховываясь поддержкой толпы, всячески подчеркивает, что не противопоставляет себя кавказцам. Сергей перечисляет тех, с кем лично знаком как с достойными людьми в Чечне, Ингушетии, Кабардино-Балкарии и т.д.: это и Марат Узденов, Мухумат Вахаев, Али Исаев и др. Вспоминает свои выступления в Ингушетии, теплый гостеприимный прием, Аушева, Евкурова т. п.

На вопрос Лютикова о том, почему Адаму – представителю «золотой» молодежи, сыну богатого бизнесмена приходится ходить с протянутой рукой, Харитонов рассказывает о том, что тот пошел против воли отца и не женился на дочери олигарха, «выбрав другой путь».

В интервью присутствуют и эмоциональные оценки – Сергей называет Адама «нынешним Остапом Бендером», сетует в серд-

цах «не делай добра – не получишь зла». Предполагает, что, послушав его рассказ, еще и другие люди расскажут аналогичные истории, а потому, чтобы не быть «балаболом», говорит только за себя, хотя многих знает, с кем Яндиев поступил, мягко говоря, некорректно. К этому моменту мы еще вернемся.

На гипотетическое предположение по поводу того, что, если найдется промоутер, который предложит бой между вами, Харитонов говорит, что этот «трус» один на один не пойдет.

По поводу заявления в полицию и дальнейшее развитие событий. Харитонов подчеркивает, что он не сторонник обращаться в правоохранительные органы, так как «если люди подрались, то они подрались» (имеется в виду, что всякое бывает), но категорически не приемлет «подлых действий с кастетами». «Человек – преступник, и такие люди не должны находиться на свободе».

Харитонов вполне резонно подытоживает: «мы вышли в ранг спортсменов-профессионалов, мы не имеем права распускать свои кулаки» [9].

Вот в принципе основная позиция Сергея Харитонова, которая была дополнена еще одним небольшим (13-минутным) интервью Александру Лютикову «Вранье! / Реакция Харитонова на интервью Яндиева и Носова», которое вышло 16 ноября. Его просмотрели в два раза меньше людей, но соотношение лайков и дизлайков примерно такое же: 41 тысяча человек – «за», 2 тысячи – «против».

Здесь Сергей реагирует на позицию депутата Госдумы Дмитрий Носов, который удивляет то, что было написано заявление в полицию. «Я хочу, чтобы законы соблюдались в нашей стране, я патриот нашей страны, я не хочу, чтобы у нас были беспределы, чтобы у нас кто-то где-то ходил размахивал кулаками, махал там пистолетами, ножами, кастетами. Я против этого». И далее развивает эту мысль, риторически вопрошая, вы мне что предлагаете «его зарезать и сесть в тюрьму?» [10].

До этого, правда, 15 ноября было еще одно больше интервью Ютуб-каналу «Ushataika: Sport-Express» (91K subscribers). «“Яндиев – это позор”. Харитонов – о Яндиеве, своем будущем и Емельяненко / Ответ на обвинения во лжи». Его посмотрело почти полмиллиона человек. По большому счету здесь нет качественно новой информации, кроме того факта, что где-то за

месяц, за два до этого был звонок от жены Аиши, которая спрашивала: «А у тебя есть расписки»? Это в свою очередь может служить почвой для построения встречных обвинений в клевете, то есть, если нет расписок, значит не было и долгов, а, следовательно, до встречи в суде за распространение порочащей репутацию информации [11].

Хронологически, 16 ноября, за этим последовала отповедь Адама Яндиева, о чем будет сказано подробно ниже. А через день еще одно видео с Харитоновым на Ютуб-канале «Ushataika: Sport-Express»: «Сергей Харитонов: жесткий разбор интервью Адама Яндиева / Ответ на обвинения в стукачестве». Публика (628795 человек) также благосклонно восприняла материал, дав 15 тысяч положительных откликов и 926 отрицательных. Здесь все построено на диаметрально-противоположенном отрицании «отрицания» Яндиева, то есть по большому счету копание в мелочах, основанное на принципе «он врёт – я говорю правду». Для того, чтобы разобраться в нюансах этих высказываний, безусловно, нужно сначала досконально изучить ответ самого Адама, проанализировать его, а уже потом переходить к разбору реакции Харитонova. Однако подобное изложение займет очень много места, что не вписывается в формат данной статьи, поэтому мы ограничимся перечислением ключевых моментов, которые лишь подчеркнут общую логику повествования, тем более, что очень скоро перейдем к рассмотрению версии самого Яндиева.

Итак, Харитонов на третьей минуте начал с воспоминаний о том, что Адам, сам будучи ингушом, «говорил гадости про Ингушетию, а себя называл человеком царских кровей». Сергей отрицает «штраф в 50 тысяч рублей», который за него заплатили; не признает интерпретацию разборки с чеченцами из-за маршрутного бизнеса – дело было, но не так, слова бывшего «брата» – «полная ерунда» (правда, как действительно все произошло, не распространяется). Для защиты от другого «друга» – Бекхана Хадзиева (о нем пойдет речь ниже) помощью Адама Яндиева не пользовался.

На вопрос «почему продолжал давать деньги?», отвечает в русле сердобольного простака, которого растрогало «литье в уши» о том, что брат и отец не поддерживают Адама, а потому надежда была только на «Серегу» [12].

Существуют и еще некоторые незначительные детали, в частности поправки насчет Камила Гаджиева и Расула Мирзаева, воспоминания об оплате Адамом самолета эконом-класса в Киргизию и другое. Всего не охватить – главная суть ясна, поэтому прежде чем переходить к анализу этих высказываний, необходимо ознакомиться с трактовкой Яндиева, позиция которого сначала была озвучена в интервью Дмитрия Носова на Ютуб канале «Ushataika: Sport-Express» с традиционно кричащим заголовком «Версия Яндиева – почему он напал на Харитонов / Мощная фактура от Дмитрия Носова» (15 ноября). Количество просмотров в десять раз меньше, чем первое интервью Харитонova Лютикову – 224 291. Соотношение лайков – 2000 к дизлайкам – 8900 также отчетливо характеризует отношение аудитории [13].

Затем, 18 ноября, на малоизвестном канале Геннадия Голицына «Podcast Golitsin Experience» (2200 подписчиков) появилась беседа с самим Адамом Яндиевым – «Адам Яндиев – вся ПРАВДА про Сергея Харитонova». Просмотров было в два раза больше – 572 821, но оценка публики осталась той же 5900 – «за», 27000 – «против».

Такое отношение зрителей было обусловлено рядом факторов: Яндиев чувствовал себя перед камерой весьма неуверенно и неестественно, аргументировал крайне слабо, да кроме того, само видео мало того, что явно запоздало, так еще и буквально пестрило бесконечными склейками, что автоматически наталкивало на мысль о тщательно проделанной редакторской работе.

Для аналитического исследования, которое мы проведем, не характерны эмоциональные оценки, однако просмотр данного видео ничего другого практически не оставляет. Речь Яндиева, к сожалению, можно сравнить только с детским лепетом. Если у Харитонova есть ряд моментов, которые не выдерживают критики и логически могут быть оспорены, о чем пойдет речь при разборе его позиции, то у Яндиева вообще трудно найти хоть какое-то рациональное зерно – все шито белыми нитками.

Несмотря на видео, он отрицает что бил Руслана Абдо – «дал пеньделя только». «По-дружески, по-братски», спрашивал агрессивного Сергея «ты извиниться не хочешь?», «давал последний шанс», «до последнего верил» и т.д. Однако Сергей послал его на три буквы матом, «как будто я какой-то мусор», за что и получил. Ни то что кастетом, даже «исподтишка не бил».

Харитонов все хитро заранее продумал, «полностью меня спровоцировал», чтобы написать заявление в полицию. Начиная потасовку Адам руководствовался цитатой Путина «если драка неизбежна, бить надо первым». А что Сергей был неподготовленный, так это всем только так показалось, на самом деле на видео видно, как он держит голову, – профессионалы знают, что челюсть прижата, значит это затрудняет удар. Далее звучит вообще феноменальная фраза: «руки в карманах – это очень удобно бить человека», то есть Яндиев имеет в виду, что таким образом легко совершать атаку на соперника, у которого руки не в карманах. Этот момент вообще достоин отдельного комментария, поэтому мы к нему еще вернемся.

Адам отрицает бескорыстие Харитонova – «просто дружбы у Сергея не бывает, у него всегда были долги». Познакомился с их отцом он тоже неспроста: «Клянчил деньги, но я не знаю дал или нет отец».

По поводу Дмитрия, у которого они встретились перед поездкой в Таиланд, говорит, что Харитонов пользовался его машиной, разбил ее, а на другой машине наделал штрафов на 50 тысяч, которые не оплачивал. Кстати, и в Таиланд пригласил не для того, чтобы помочь в трудную минуту, а из чувства собственной вины за то, что брал авто у Дмитрия.

До «такой низости, чтобы я клянчил сумку своей жене» Адам опустится, конечно, не мог. Правда, вспоминает, что Харитонов забыл упомянуть о том, что подарил еще и «императорский халат». Но делал все это он не из сердоболия, а в качестве оплаты за то, что Адам спасал его от Бекхана Хадзиева (о нем речь шла выше). С Бекханом Сергей дружил какое-то время, брал у него деньги, машины, но теперь они рассорились, а неблагодарный Сергей за спиной того наговорил кучу гадостей и теперь нуждается в защите, которую ему и обеспечил Яндиев.

Что касается факта получения денег от Сергея, то Адам этого не отрицает, но считает, что давались они не в долг, а как оплата за услуги (случай с Бекханом), либо как подарки – у Адама родилось три ребенка, а на Кавказе так принято, и Сергей подарил эти деньги жене. Чуть позже Яндиев завершает эту мысль и резюмирует: «если чеки поднять, сколько я ему делал, то он мне должен миллион».

Точно таким же образом по собственной доброй воле оказывал спонсорскую помощь бизнесмен Макс (имеется в виду тот, который подарил 20 тысяч долларов одновременно и еще столько же в течение 4 месяцев).

Адам искренне вопрошает: «Вот, представляешь, в каком свете он меня выставил, что я не могу заплатить за роды моей жены?». И дальше апеллирует к авторитету собственной супруги: «(Аиша) мне говорила, чем лишний раз купить какую-то вещь, лучше потратить деньги на благотворительность» [14]. После чего начинает пространно рассуждать о собственном фонде и о помощи нуждающимся.

Яндиев также, как и его оппонент, не скупится на нелицеприятные эпитеты и характеристики, называя Харитонову – «человеком без Бога», «викингом-солнцеклонником у которого должно быть много женщин», «церковь для него грязь» и т.п.. Кроме того, обвиняет в застойной клевете на Федора Емельяненко. Ближе к концу беседы изъявляет готовность понести заслуженное наказание: «я готов ответить перед законом».

В конце видео Адам демонстрирует кулаки, где видно на правой руке опухоль, однако левая – абсолютно целая, а именно в ней предположительно был кастет, так как у Харитонova поломана орбитальная кость правого глаза. Впрочем, даже если бы левая рука была тоже деформирована из-за гематом – это тоже ничего бы не доказывало, так как повреждения можно было бы нанести и после драки, чтобы замести следы.

Рассмотрев позиции каждой из сторон, можно переходить к анализу, чтобы разобраться в том, что произошло на самом деле, исходя из имеющейся у нас информации. Начнем с самого инцидента – совершенно очевидно, что драку затеял Яндиев. К сожалению, мы не слышим, что говорил Харитонов, однако мы можем видеть его совершенно неагрессивное поведение. Двигался он спокойно и непринужденно, руки держал в карманах. Так что здесь вполне логично предположить, что к подобному развитию событий он готов не был. А если к этому прибавить, что буквально некоторое время назад у Адама уж произошел инцидент с Русланом Абдо, что в отличие от Харитонova Яндиев был не один, что не Сергей искал и нашел Адама, а наоборот, то все это косвенно свидетельствует о целенаправленной продуманности

действий последнего. К тому же понимание изначального превосходства в силе, вполне могло сыграть с Харитоновым злую шутку, то есть, что называется, усыпить бдительность.

Был ли удар Адама исподтишка, можно ли его назвать «подлым»? Да, если исходить из того, что он не прибывал в условиях военного времени, где все поставлено на карту, где выбор – либо жизнь, либо смерть. Человек, наносивший его, не находился в толпе недоброжелателей. У него была возможность при желании избежать эскалации и т.д. Яндиев, оправдывая себя, приплетает цитату Путина «если драка неизбежна, бить нужно первым». Эта цитата здесь применима лишь через призму саркастического восприятия – если ты сам хочешь подраться, то да, в таком случае драка неизбежна, соответственно и бить ты должен первым.

Второй важный момент – это наличие кастета. Здесь нет очевидных свидетельств, само орудие преступления не найдено. Но с высокой долей уверенности можно допустить, что повреждения нанесены Харитонову не пустыми руками. На кадрах видео можно заметить, что первый удар наносится правой рукой по левой части лица потерпевшего, а второй левой – соответственно, по правой половине. Яндиев на нескольких видео демонстрирует свои кулаки, показывая, что вот они гематомы – свидетельство того, что никаких кастетов не было. Однако на самом деле таким образом он свидетельствует против себя. Как раз-таки на левой стороне лица Харитонова никаких серьезных увечий нет, а вот правая рука Адама серьезно пострадала. Это значит, что первый удар наносился действительно чистым кулаком. Второй же удар стал причиной перелома орбитальной кости и других травм. Естественно, мы выносим суждения не по врачебной справке, а по тому, что видели на экране. Поэтому предполагать можно все, что угодно, вплоть до того, что все это мистификация и инсценировка с целью зарабатывания хайпа и самопиара.

Однако если отбросить конспирологию и моделировать ситуацию в реалистичном русле, то для нормального восприятия кажется довольно странным, почему левая рука Адама Яндиева, которая нанесла такие сокрушительные, в прямом смысле костидробительные раны, ничуть не пострадала. Вывод напрашивается сам собой, значит были использованы какие-то подручные средства. Впрочем, мы остановимся на том, что существовала очень

высокая вероятность использования кастета. Почему не сто процентная? Потому что есть и некоторые другие обстоятельства. С очень малой долей вероятности можно допустить, что травма могла быть получена, например, при падении или во время борьбы, так как полноценно с разных ракурсов драки видно не было.

Теперь перейдем к анализу того, что предшествовало столкновению интересов. Харитонов рассказывает, что он многократно помогал Яндиеву: из сострадания пригласил его в Таиланд, оплатил ему номер, купил билеты на самолет, да еще и имея некоторые финансовые сложности, купил дорогой подарок – сумку из питона, а кроме того безропотно согласился подарить сумку его жене за несколько тысяч долларов. Звучит это интерпретация крайне сомнительно. Спрашивается, зачем себе в ущерб так безвозмездно помогать малознакомому человеку? Был бы Харитонов альтруистом, филантропом, ведущим аскетический образ жизни бесребреником-садху, тогда другое дело. Был бы Сергей мультимиллиардером, тогда тоже понятно. А в данном случае подобное поведение можно трактовать лишь двумя способами: первое – это беспримерная глупость на уровне клинического идиотизма, второе – «многоходовка», то есть тщательно продуманное действие с прицелом на получение прибыли в будущем.

Третий вариант, предложенный Адамом, то есть форма оплаты за оказанную услугу, тоже возможен, но маловероятен исходя из ряда мелких нестыковок в сумбурном повествовании самого Яндиева. Именно из его уст первоначально прозвучала версия о том, что все это делалось из-за чувства вины перед их другом – Дмитрием, которому якобы Сергей разбил машину. Абсурдно. Автомобиль разбил одному, а вину свою заглаживает перед другим. А потом уже появляется другое объяснение.

Дополнительные вопросы вызывает история с покупкой сумки для жены Адама за 3-4 тысячи долларов. Подарок совсем не дешевый. И это помимо сумки из питона, оплаты гостиницы и обратного перелета. Для среднестатистического россиянина суммы получаются впечатляющие. Однако для Харитонova – это практически половина долга, который он озвучил. Миллион рублей на данный момент – это чуть больше 13 тысяч долларов. Если учесть разницу в курсе, то тогда – 15 тысяч. Сопоставить все это с информацией о том, как бизнесмен Макс дарил на рождение

ребенка 20 000 долларов, а потом четыре раза каждый месяц по 5 тысяч, так вообще возникает ощущение, что деньги просто с неба сыпятся.

Странно, почему Харитонов детально рассказывая о том, какие делал подарки, не углубляется в то, каким образом сформировался долг в один миллион рублей? Для чего нужно было брать кредит в полтора миллиона рублей, чтобы из этой суммы одалживать 200 000 другому человеку? Чем обосновано иррациональное стремление из раза в раз давать в долг тому, кто не отдает предыдущее? Зачем вообще нужно было кредитовать того, кто «клянчил» сумку для жены, обещая потом рассчитаться, но так и не расплатился? Все эти вопросы показывают, во-первых, непоследовательность позиции Харитонова, во-вторых, то что он дает информацию дозированно, излагая лишь то, что находит для себя выгодным. В-третьих, Харитонов руководствуется не строго продуманным рациональным расчетом, а эмоциональными порывами. И наконец, в-четвертых, весь его диалог, к сожалению, напоминает не суровую, лаконичную и справедливую мужскую претензию, а то, чем обычно занимаются кумушки, сидя у подъезда на лавочке и «перемывая кости» соседям.

Харитонов противоречит самому себе. С одной стороны, он озвучивает свою позицию, что много знает про других, но говорит только о том, что случилось с ним. Но тут же пускается по волнам своей не очень крепкой памяти, являя на свет истории об отношениях Яндиева, Гаджиева, Минеева, Багаутдинова и Мирзаева. Задача Сергея дискредитировать Адама, поэтому он, ища сторонников, пытается опереться на тех, кто также, как и он пострадал. Но он совершенно не думает о том, насколько приятно им вспоминать эти инциденты, каким образом информация об этих казусах повлияет на репутацию, и в каких отношениях с Яндиевым сейчас находятся эти люди.

В результате Харитонов не получает ни от кого никакой поддержки. Минеев аккуратно избегает какой бы то ни было конкретики в своих ответах на данную тему. А Камил Гаджиев, занимая первоначально нейтральную позицию, в конечном итоге прямым текстом называет Харитонова «чмошником и трусом» [15].

При этом, когда нужно подставить плечо Руслану Абдо, ведь по сути именно из-за Харитонова (конечно, не напрямую, а кос-

венно) он и пострадал, сам Харитонов дипломатично уходит в сторону. Мол, Руслан зачем-то в соц. сетях написал, что-то про долги Яндиева, хотя ему было сказано, что информация конфиденциальная. Итог логичен, Абдо идет на мировую, просит прощения у Яндиева и оставляет Харитонova, что называется одного на льдине.

22 ноября на каналах «Ushataika: Sport-Express» и «Sport24ru» (274К subscribers) появляются материал «Почему друг Харитонova помирился с Яндиевым / “Решили поговорить по-мужски”» [16] и «За что друг Харитонova извинился перед Яндиевым? / Неожиданное примирение» [17]. В них демонстрировался видеоролик со страницы Яндиева в Инстаграме, где Руслан Абдо и Адам просят друг у друга прощения ижимают руки в знак примирения. Абдо в интервью говорит, что первым позвонил и предложил «поставить точку», не ставя в известность Харитонova. Смысла дальнейшего вовлечения органов правосудия в процесс разбирательства он не видит, поэтому отзывает свое заявление. Такие вот друзья и такой вот театр абсурда. Человек, которому перебивают нос и дают «пенделя», просит прощения у того, кто совершил с ним эти противоправные действия.

Вообще ситуация с Русланом Абдо весьма красноречива, показательна и очень наглядно демонстрирует пример недалекновидности и медийной безграмотности. Глупо и опрометчиво спорить с другим человеком по поводу репутации третьего, опираясь на информацию из уст четвертого. Реально ли Руслан ручался за свои слова деньгами или это очередные инсинуации, в любом случае история с 10 миллионами рублей, которые были поставлены на кон в результате такого спора – это, вообще, откровенная криминальная схема. Посторонний человек, живущий на Кавказе, бросает свои дела, покупает билет, лететь в Москву, чтобы в ходе «дискуссии» доказать, что Адам никому ничего не должен, после чего собирается потребовать с Руслана причитающиеся за это «правдоискание» 10 миллионов. Чистой воды вымогательство, на которое полиция должна обращать пристальное внимание.

Чтобы окончательно закрыть данный вопрос и перейти к другим аспектам, следует отметить, что в речи Яндиева фигурирует достаточно много такого, что при желании можно рассматривать

через призму криминальной или околокриминальной деятельности. Например, он говорит про разборки с чеченцами из-за маршрутного бизнеса. Интересна в этом аспекте история с Бекханом Хадзиевым: если Адам действительно урегулировал этот вопрос за косвенное вознаграждение, то каким именно образом. Если такие разборки были на самом деле, то что служило основанием для того, чтобы Яндиев выступал на них в роли «третьейского судьи» и защитника, получая вознаграждение от Харитонов в виде дорогих сумок и прочего? Каким образом и за что бизнесмены дарили ему десятки тысяч долларов?

Вернемся к интервью Харитонов, к тому моменту, где он говорит о том, почему Яндиев был вынужден занимать, сам будучи сыном богатого человека. Конечно, мы не можем проверить эту информацию, действительно ли он пошел наперекор воле отца, но в любом случае Адам, несмотря на свою родовую состоятельность привык брать деньги у других людей так, как будто бы перед ним все обязаны. По этому поводу в соц. сетях даже возник мэм, дескать, когда Яндиев просит денег, он говорит не «дай, я отдам», а созвучную фразу «дай, я Адам». Если рассматривать такую модель поведения с точки зрения морали и этики, то здесь тоже возникает очень много вопросов.

Вся эта ситуация сама по себе яркий, хрестоматийный пример незтичного поведения. Произносятся громкие слова о чести, мужском поведении, называя друг друга «братьями» и «друзьями», люди попросту лицемерят. Один избрал откровенно криминальную линию поведения, а другой уподобился сплетнице, которая собирает всякий информационный мусор, не заботясь о деталях, все сваливает в кучу, чтобы «втоптать» оппонента в грязь.

Самым оптимальным для Харитонов после произошедшего нападения было просто констатировать, что Яндиев брал у него деньги в долг, а теперь их отдавать не хочет и долг этот за собой не признает. Всё – на этом надо было поставить точку. К чему были эти мелочные рассказы про сумку, про то, как Адам считая себя наследником императорского рода, «царских кровей», высокомерно отзывался об ингушском народе. В 2016 году у Яндиева действительно был определенный конфликт со своими соплеменниками, в интернете, в частности, до сих пор можно найти видео «Белхороев Исса и Адам Яндиев полная версия конфликта» [18].

Однако, какое это отношение имеет к Харитонову? Ну и главный вопрос, если Сергей видел все эти нехорошие качества Адама, зачем он продолжал с ним общаться?

Перед тем как перейти к рассмотрению развязки конфликта, проведем краткий обзор интервью Адама Яндиева. В полном объеме анализировать данный материал нецелесообразно и не потому, что Адам искусно изворачивается, а наоборот из-за крайней примитивности и откровенной очевидности несостоятельности его позиции. Волне возможно, что интервью может представлять интерес для психолога с точки зрения рассмотрения того, как ведет себя человек, говорящий неправду и не обладающий при этом даже самым мизерным актерским дарованием. Во всем остальном ситуацию ярко характеризует пословица – «на воре и шапка горит».

Начнем с того, что в процессе записи передачи Геннадий Голыцын, хоть и проговаривает, что не занимает ни чью сторону, на самом деле откровенно подыгрывает своему визави. В ходе беседы не звучит ни одного, хоть сколько-нибудь острого вопроса. Большое количество непрофессионально сделанных склеек свидетельствует о том, что приходилось вырезать «неудобные» фрагменты – и здесь речь не идет о каких-то мелких погрешностях в произношении слов, «чистить» приходилось явные смысловые нестыковки, которые стали очевидными после записи.

Сам же Яндиев всеми силами стремился показать, что он ни в чем не виноват, начиная с фрагмента самой драки (мы об этом уже говорили), где одного он не бил, а другой его спровоцировал, и заканчивая всем тем, что касалось их прежних с Сергеем отношений. Уловки, к которым прибегает Адам ничего кроме улыбки не вызывает. Он придумывает какие-то фантазмагорические теории, например, что держать руки в карманах – хорошая стойка для нападения. Почему только бойцы на ринге никогда руки в карманах не держат? Демонстрирует свои кулаки (о чем мы уже говорили), риторически восклицает по поводу низости кланчить сумку для жены, сплетничает о религиозных пристрастиях Харитонova и его высказываниях в адрес Федора Емельяненко, и наконец, цепляется к мелочам.

В интерпретации Харитонova перед поездкой в Таиланд Адам пришел к Дмитрию с поломанной челюстью и поэтому не мог

нормально говорить, его речь «переводила» супруга. Яндиев хватается за это слово, риторически вопрошает «интересно на каком языке я тогда говорил?» и дальше строит умозаключения, что у Харитонова действительно проблемы с головой после его ударов, он сам не понимает, что говорит и так далее. Здесь нет ни сострадания, ни раскаяния, а сплошное глумление. Такая позиция и такое поведение не может заслуживать одобрения, и публика дала абсолютно адекватную оценку происходящему.

Социальные медиа поддерживали Харитонова и осуждали Яндиева, несмотря на то, что и в линии поведения Сергея, как мы разбирали выше, были свои проблемные моменты. В целом его итоговая позиция, нацеленная на решение данного конфликта в правовом русле, находила понимание у масс. Конечно, были и оголтелые, неадекватные выпады, вроде тех, что делал Носов, давая оценки в плоскости воровских понятий. Но большинство людей все-таки ждало справедливого судебного приговора.

А что вышло в итоге? Громкие разговоры о патриотизме закончились решением ехать и лечиться за границу. Призывы к построению справедливого гражданского общества через правовую систему с гарантированным наказанием криминального поведения обернулись келейным примирением сторон, когда одни «старшие» поговорили с другими и дело «замыли». Харитонов забрал заявление также, как и Абдо, а в Инстаграме Яндиева появился пост следующего содержания:

«Сегодняшняя встреча с Сергеем расставила все точки в нашем конфликте, который длился не один месяц. Сергей признал свои ошибки, я признал свои, мы принесли друг-другу извинения! Моё мнение, это мужской поступок со стороны Сергея».

А дальше пространные рассуждения о том, что «Всевышний дал нам разум, чтобы мы думали о последствиях», что «язык так мал, но сколько жизнью он сломал» и совет «не распускать руки», так как «закон в нашей стране один и за это тоже придётся нести наказание» [19].

Все это очень сильно напоминает фарс. Фарс и откровенное глумление над системой правосудия. О каком наказании идет речь? Преступник, чувствуя полную безнаказанность, лицемерно раздает назидания.

Кстати, на видео, где Яндиев и Харитонов жмут друг другу руки в знак примирения, а из уст Адама вновь звучит «мы бра-

тя», не видно, чтобы Сергей извинялся. Впрочем, как справедливо отмечал Александр Шлеменко, это дело Харитонов прощать или не прощать, так как он потерпевшая сторона, другой вопрос, к чему тогда были все эти громкие заявления? [20].

Социальные сети однозначно отвернулись от Харитонов. В комментариях посыпалась оскорбительная лексика, приводить которую не имеет смысла. Кроме того, народ довольно резко реагировал на его неуклюжую фразу о том, что их конфликт стал хорошим примером. Харитонов имел в виду, что он был достаточно тренированным для таких ударов, так как для рядового человека все могло бы закончиться летально т.п., а также то, что все обошлось миром. Но в медийном пространстве репутация уже была напрочь разрушена.

Подведем итог, вся эта истории нанесла ущерб участникам конфликта, спортсменам, имена которых фигурировали в видео обращениях, непосредственно самому спорту и наконец в целом системе правосудия.

Масс-медиа провоцируют не столько развитие самого спорта, сколько около спортивных склок и скандалов. Многие вещи, которые вообще должны оставаться в тени, в виду своей природной неприглядности выставляют на всеобщее обозрение. Из-за слишком частого тиражирования они становятся нормой жизни. Агрессивное поведение спортсменов проецируется на все общество. Болельщики берут пример со своих «кумиров» и устраивают потасовки. Не успела новость об избиении Яндиевым и Харитонов остыть, как масс-медиа всколыхнул новый аналогичный конфликт. Магомед Исмаилов и Владимир Минеев, раскачивая предстоящий бой устроили словесную перепалку, а разгоряченные дагестанские болельщики, не совладав с собственным темпераментом, полезли на ринг и толпой избили Минеева. Комментарии тут излишни.

В заключении следует сказать, что до тех пор, пока профессиональных спортсменов не начнут наказывать по закону и пожизненно дисквалифицировать за неспортивное поведение, пока они не станут понимать, что рискуют всем, показывая пример асоциальных действий, до тех пор уровень насилия и агрессивного поведения в обществе будет только расти, а спорт деградировать.

### Литература

1. Дежурная часть. Бой вне всяких правил: Харитонов рассказал, как и чем его бил Яндиев – Россия24. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P0saRM7mkws>
2. Яндиев нападает на Харитонova / Удар исподтишка. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=o--sy6rf98g>
3. Сергей Харитонов – вся ПРАВДА про Адама Яндиева. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EFxDb71ePaA>
4. Дежурная часть. Бой вне всяких правил: Харитонов рассказал, как и чем его бил Яндиев – Россия24. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P0saRM7mkws>
5. Дацик обещал вырубить Яндиева за Харитонova. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1J4РЕКC8LBA>
6. USACHEV TV. Олег Тактаров про драку Яндиева и Харитонova: На каждого Гитлера есть свой Сталин. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=msR-aQxuhFw>
7. Резкая Реакция Хабиба на драку Харитонova и Яндиева!. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DwZgo0U4Mm4>
8. Шлеменко про поступок Яндиева и крепкую голову Харитонova. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=pbKI\\_eFnZKM](https://www.youtube.com/watch?v=pbKI_eFnZKM)
9. Сергей Харитонов – вся ПРАВДА про Адама Яндиева. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EFxDb71ePaA>
10. Вранье! / Реакция Харитонova на интервью Яндиева и Носова. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Xtv2tjmGPME>
11. «Яндиев – это позор». Харитонов – о Яндиеве, своем будущем и Емельяненко / Ответ на обвинения во лжи. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wdDF19rYvFw&t=2413s>
12. «Сергей Харитонов: жесткий разбор интервью Адама Яндиева / Ответ на обвинения в стукачестве» . [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DBN6DaObDng>
13. Версия Яндиева – почему он напал на Харитонova / Мощная фактура от Дмитрия Носова. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DY3hQqySWVI&t=815s>
14. Адам Яндиев – вся правда про Сергея Харитонova. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IOECkaYuuqY>
15. Камил Гаджиев: Харитонов чмошник и трус! . [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KtAMrPioZq0>
16. Почему друг Харитонova помирился с Яндиевым / «решили поговорить по-мужски». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oX0KfJbkIxs>
17. За что друг Харитонova извинился перед Яндиевым? / Неожиданное примирение. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CKlhj-LMgYs>

18. Белхороев Исса и Адам Яндиев полная версия конфликта. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=f2MIVKd89Xo&feature=youtu.be>
19. Инстаграм-страница Адама Яндиева. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIAs-uXpatf/>
20. Шлеменко: Харитонов дал плохой пример молодежи. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=2eFnH\\_yUZB4](https://www.youtube.com/watch?v=2eFnH_yUZB4)

**Аннотация:** статья посвящена рассмотрению девиантного поведения спортсменов на примере анализа конфликта бойцов смешанных единоборств Сергея Харитонова и Адама Яндиева. В материале изучается, как масс-медиа освещали сам инцидент и то, что ему предшествовало.

**Ключевые слова:** спорт, масс-медиа, конфликт, агрессия, социальные сети, Ютуб

## Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 021.61: 069] (477.73-25)

Агаркова В.В.,  
Онкович А.Д., Онкович Г.В.

### Бібліотечна дидактика як складник медіадидактики

*Вступ.* Розвиток інформаційного суспільства зачепив практично усі напрямки життєдіяльності соціуму і сприяв активізації термінологічного руху. Ми стаємо свідками з'яви новітніх терміносистем, в яких належне місце посідає медіадидактика, орієнтованої на технології використання медіа з освітньою метою, яка відстежує й узагальнює медіаосвітні технології [12, 22, 1]. Саме вони передбачають включення до системи освіти різних медіапродуктів, розробляння нових методичних і технологічних форм освіти та просвіти .

Поняття медіадидактика – використання медіа з освітньою метою – відносно нове й сьогодні використовується далеко не в усіх країнах. Проте українські дослідники у цьому напрямку просунулися уперед, і нині розглядають цей термін як парасольковий [16]. Медіадидактика об'єднує технології (методики) різних складників. Наприклад, пресодидактика і пресолінгводидактика, радіодидактика, теледидактика, кінодидактика були орієнтовані на використання «старих» медіа з освітньою метою [11]. З появою інформаційно-комунікаційних технологій з'явилися нові медіадидактичні поняття – мультимедіадидактика, Інтернет-дидактика [12]. Залучення до навчального процесу «нових» медіа актуалізувало поняття «медіа-інформаційні технології» . І сьогодні медіадидактика збагачується новітніми складниками: вікідидактика (використання вікіпедії з освітньою метою), сайто- і блогодидактика, вебінародидактика, книгоспалах-дидактика, муралодидактика, дидактика вуличного мистецтва тощо [2, 3,4, 6]. Цей процес збагачення новими поняттями триває. У

будь-якому разі медіазасоби використовуються для комунікації, оскільки для них визначальне – спілкування в соціумі.

Не стоять осторонь від цих процесів і заклади сучасної культури, зокрема – бібліотеки, музеї, архіви, галереї, котрі значно посилили свій освітній потенціал саме завдяки новітнім медіатехнологіям і у такий спосіб долучилися до розвитку медіадидактики, орієнтованої на сферу спілкування. Нині вона перебирає на себе частину понять з ІКТ-технологій, які залишаються й у сфері інформатики. Поняття «інформаційно-комунікаційні технології» належним чином відтворює ці процеси [21]. Однак наразі ним послуговуються й фахівці з медіаосвіти. До того ж в останні роки набувають поширення медіа-інформаційні технології. ЮНЕСКО рекомендує розвивати медіа- та інформаційну грамотність водночас [14].

Дослідники розглядали технології використання медіазасобів у навчанні, пропонували авторські методик. Сьогодні завдяки їм, науковцям і практикам, ще недавно нове поняття «медіадидактика» стало «парасольковим» для технологій, розроблених і впроваджених в освітній процес. У свою чергу, одне з них, поняття «Інтернет-дидактика», – нині теж «парасолькове» для новітніх термінів, котрі виникли завдяки появі Інтернету. Узагальнення теоретичних та експериментальних результатів досліджень дозволило визначити основні теоретичні концепції та медіаосвітні моделі, а на їх основі – аналізувати ефективні напрями, способи і методи застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці. Згодом дослідники дійшли висновку про необхідність використання предметних методик у комплексі.

Наразі привертають увагу складники інтернет-дидактики. Це поняття досить швидко стало «парасольковим» з низкою галузевих зон. Набувають популярності новітні явища, котрі свідчать про розвиток інтернет-дидактики: вікідидактика (використання вікіпедії з освітньою метою), блогодидактика (використання блогів з цією ж метою), вебінародидактика тощо [15].

**Постановка проблеми.** Якщо раніше Інтернет-ресурс розглядався як резерв підвищення професійної компетентності, то наразі він уже активно увійшов у повсякденну практику не тільки освітніх структур. Соціальні мережі нині – популярне й ефективне джерело розвитку і саморозвитку професійної компетентності,

а професійно-орієнтовані авторські сторінки в соціальній мережі – спосіб підвищення фахової самоосвіти. Успішно функціонують тематичні сторінки у Фейсбуці, котрі стали майданчиками для обміну передовим досвідом медіадидактів України. Вагоме місце в інтернет–просторі посідає педагогічна блогодидактика, що має новітні відгалуження: педагогічна, предметна, наукова, навчально-наукова тощо. Досить популярна блогодидактика як медіаосвітня технологія у професійно-орієнтованій підготовці [4].

Ці процеси не минули й бібліотечну сферу, адже сучасні бібліотеки не стоять осторонь цивілізаційних процесів і активно посилюють свою присутність в інформаційному просторі. Це актуалізує й активізує творчий пошук бібліотечних працівників. Спостереження за цими процесами й спонукали нас до представлення нового поняття «бібліотечна блогодидактика»[15] як частини поняття «музейна дидактика»

Медіадидактика – складник медіапедагогіки, орієнтованої на технології використання медіа з освітньою метою. Медіаосвітні технології передбачають включення до системи освіти різних медіапродуктів, розроблення нових методичних і технологічних форм навчання. До активізації цього напрямку активно долучилися освітяни, адже євроінтеграційні процеси, що відбуваються останні роки в українському суспільстві, вимагають докорінних змін як у суспільстві, так і в освітньому процесі зокрема. Соціальні мережі розглядалися як джерело розвитку і саморозвитку професійної компетентності педагога, а професійно-орієнтовані авторські сторінки в соціальній мережі – як спосіб підвищення фахової самоосвіти. Успішно функціонують тематичні сторінки у Фейсбуці, котрі стали майданчиками для обміну передовим досвідом медіадидактів України. Вагоме місце в інтернет–просторі посідає педагогічна блогодидактика, що має новітні відгалуження: педагогічна, предметна, наукова, навчально-наукова тощо. Досить популярна блогодидактика як медіаосвітня технологія у мовній підготовці студентів. Нові поняття «медична блогодидактика», «фармацевтична блогодидактика», «стоматологічна блогодидактика» з'явилися в інформаційному просторі завдяки студентам-першокурсникам Київського медичного університету, котрі сумлінно поставилися до пропозицій викладачів курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» знайти й представити това-

ришам по групі періодичні видання з майбутнього фаху, звернути увагу на фахову мову видань. Багатьом із них було цікаво «піти далі» – в інтернет-простір. Так в полі зору опинилися різні медіа-продукти – сайти, блоги, сторінки...

Нещодавно ми розглядали деякі сторінки і сайти, котрі ведуть бібліотечні працівники в соціальних мережах [15]. Вони, зазвичай, подібні. Проте є кілька «авторських» знахідок, на які наразі звернемо увагу з метою активізувати творчий пошук бібліотек. Зокрема, «Флешбук» (книгоспалах) – це інноваційна форма бібліотечної роботи, спрямована на активну популяризацію книг у соціальних мережах. Ця “книга флешмобу” з’явилася в Інтернеті порівняно недавно і одночасно в різних соціальних мережах. У дослідженні Т.І.Глоби [6] зазначається, що ініціатори запропонували створити “FanPage” на ім’я певної книги та запросити на неї своїх друзів. Ідею підхопили бібліотечні працівники в різних країнах. Ідею підхопили бібліотечні працівники в різних країнах. У багатьох з них виникли свої пропозиції щодо її розвитку. Бібліотечні медіа-інформаційні технології набували розмаїття, спонукали до розвитку через творчість. Так, в Україні до Дня української грамотності та мови 9 листопада 2017 р. Дніпровська центральна міська бібліотека почала використовувати цю форму просування книг. Перший флешбук назвали “Словник Бориса Грінченка”, оскільки чотири томи “Словника...” є вершиною української лексикографії 19 – першої половини 20 століття. Чимало матеріалів, дотичних до Словника, представлено на флешбук-сторінці, адже його джерелом служили етнографічні та фольклорні записи, нотатки з і повсякденного життя, дописи про повсякденні ремесла, традиції та культурні досягнення українського народу. Інший приклад флешбука, створеного в цій же бібліотеці, – «Легенди про козаків» Еліни Заржицької. Самобутні казки Еліни За-ржицької захоплюють враз і назавжди. Її «Легенди про козаків» переносять читачів у славне минуле краю, у козацькі часи Придніпров’я. На цій «сторінці» можна знайти уривки з «Легенд», які супроводжуються ілюстраціями, креативними творами молоді, цитатами на теми, народні приказки та прислів’я, аудіо- та відеоматеріали. Поступово наповнена сторінка стала мініенциклопедією про козаччину, Дніпропетровщину.

В соціальній мережі наразі є кілька сторінок, спрямованих на просування книг. Вони представлені на зведеній сторінці «Книгоспалах-дидактика» [<https://www.facebook.com/groups/1255700747839235/>].

**Аналіз останніх публікацій.** Парасолькове поняття блогодидактика [4, 16] має кілька складників (перелік відкритий): науково-педагогічна; педагогічна; мовно-педагогічна; інженерна; медична. Наразі ми представляємо нове поняття – бібліотечна блогодидактика, яке виникло в результаті спостережень за присутністю бібліотек в соціальних мережах. Сьогодні ми маємо потребу і в додаванні до нової терміносистеми професійно-орієнтованої блогодидактики таких понять, як «бібліотечна дидактика», «бібліотечна блогодидактика».

Такі медіапродукти, як книги завжди вважалися одним із величезних досягнень людства. Однак у зв'язку із швидким розвитком цифрових технологій звичайна друкована книга може опинитися під загрозою зникнення. Зберегти традиційну книгу поряд із сучасними електронними носіями інформації – одне із важливих завдань сучасних бібліотек. Впровадження інформаційних систем, застосування комп'ютерної техніки, дистанційного обслуговування у практику роботи бібліотек все більше віддаляє «живу книгу» від читача. У таких умовах саме Музей книги стає головним інструментом популяризації знань про книгу.

Питання взаємодії музейних установ та бібліотек розглядали у своїх працях Шемаєв С.О. [23] і Соколов В.Ю. [19, 20]. Проблематику створення та функціонування музеїв книги при бібліотеках висвітлювали Вікулова В.П. [5], Колосова С. [8], Шехуріна Л.Д. [24]. Досвід діяльності окремих музеїв книги при бібліотеках України аналізували Калмикова М.М. [7], Костенко І.П. [9], Петрухно Ю.Е. [17], Подкупко Т.Л. [18] та ін.

Українська бібліотечна енциклопедія дає наступне визначення музею книги в бібліотеці – «це структурний підрозділ (в деяких країнах – самостійна установа), що діє переважно при національних бібліотеках, провідних регіональних бібліотеках, де існують відділи рідкісної і цінної книги (стародруків або рукописів), на базі фондів яких є можливість розкрити історію друкованої та рукописної книги, особливості її виготовлення, розповсюдження та значення в суспільстві» [20].

Калмикова М. М. висловлює думку, що музеї книги є зв'язуючою ланкою між дослідниками-істориками, громадськими організаціями, краєзнавцями та тими, хто займається вивченням історії рідного краю [5, с. 385]. Соколов В.Ю. наголошує на тому, що створення музеїв книги при бібліотеках має на меті передусім збереження матеріальної структури найцінніших видань і рукописів, оскільки музейні експонати не видаються для користування (окрім спеціальних наукових досліджень), що дозволяє збільшити терміни існування історичних пам'яток [19, с. 20]. Шехуріна Л.Д. у своїх працях висвітлювала межі взаємодії та взаємопроникнення діяльності музеїв і бібліотек. Вона вважає, що музей є сховищем предметів-пам'яток («історико-культурних пам'яток»), «пам'яток матеріальної культури»), а поняття «книга» ідеально підходить під визначення «пам'ятка історії і культури» [24, с. 26]. Таким чином, аналіз фахових публікацій показав, що створення і функціонування музеїв книги при бібліотеках є успішною та перспективною практикою, яку варто досліджувати та вивчати.

**Мета статті.** Головною метою даної публікації є представлення нових понять «Музейна дидактика» і «Музейна блогодидактика» на прикладі створення і діяльності реально-віртуального Музею книги у Миколаївській обласній універсальній науковій бібліотеці (Україна).

**Викладення основного матеріалу.** Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Гмирьова заснована у 1881 р. На сьогодні – це провідний просвітницький та культурний центр Миколаївської області, депозитарій краєзнавчих видань, найбільше книгосховище творів друку на півдні України, де зберігається близько 2,5 млн. книг, періодичних видань, аудіовізуальних і образотворчих матеріалів, карт, нот, патентів та інших документів з усіх галузей знань 44 мовами світу. Фондами бібліотеки користуються 28 тис. читачів, яким щороку видається понад 750,0 тис. примірників видань та 5 тис. бібліографічних довідок та консультацій. До послуг користувачів 6 спеціалізованих читальних залів, Центр електронних засобів інформації та Інтернет-центр.

Універсальний бібліотечний фонд нараховує понад 1 млн патентів, близько 1,1 млн книг, періодичних видань, аудіовізуаль-

них і образотворчих матеріалів, електронних ресурсів, карт, нот та інших документів з усіх галузей знань 44 мовами народів світу.

Бібліотека посідає друге місце серед обласних бібліотек за кількістю видань до 1917 р., яких налічується близько 40 тис. Особливий інтерес представляють цінні зразки писемності XVII – XX ст., серед яких – перші і прижиттєві видання праць видатних учених (М. Ломоносова, М. Карамзіна, М. Пирогова та ін.), прижиттєві і найрідші видання творів знаменитих українських, російських і зарубіжних художників слова (Т. Шевченка, М. Квітки-Основ'яненка, І. Карпенка-Карого, М. Кропивницького, І. Франка, Лесі Українки, О. Пушкіна, М. Лермонтова, Е. Золя, Ч. Дікенса). Найціннішою частиною фонду рідкісних і цінних видань є колекція стародруків XVIII ст., що нараховує 240 примірників.

Значна робота по відбору, збереженню та вивченню книжкових пам'яток здійснюється у багатьох крупних бібліотеках України. На сьогодні там зібрані унікальні зразки книжок майже всіх історичних періодів. У бібліотеках створено відповідні структурні підрозділи, що опікуються цими питаннями (відділи або сектори рідкісних видань, музеї книги). У своїй роботі бібліотечні дидакти використовують також і музейні методи роботи з книгами – збереження оригінального виду книги, оцифрування експонатів, обмеження видачі оригіналів та надання їхніх копій для роботи та ін.

Основними функціями музеїв книги є збереження найбільш цінної частини фонду рідкісних і цінних видань та популяризація наукових знань і значення книги й книжкової справи з метою формування суспільної свідомості, матеріальної та духовної культури.

Ідея збереження та експонування рідкісних та цінних книг виникла ще за часів античності. Створення спеціальних музеїв книги, що розкривали історичне значення книги як явища матеріальної та духовної культури, припадає на другу половину XIX ст. У польській «Енциклопедії знань про книгу» зазначається, що першим музеєм книги був Музей Плантаєна-Моретюса в Антверпені (1876), перша книжкова виставка відбулася у 1851 р. в Лондоні.

В Україні існує кілька спеціалізованих музеїв, де представлена історія книжкової справи. Музей книги і друкарства України

в Києві (1972), що розташований на території Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника в будинку колишньої лаврської друкарні, де зібрано близько 56 тис. експонатів. Музей мистецтва давньої української книги (Музей імені Івана Федорова) у Львові (1976), серед експонатів якого – рукописні книги й стародруки, українські видання XIX–XX ст., книжкова ілюстрація й екслібрис, педагогічна література. Музей книги у Луцьку (2005), що розміщений на території Луцького замку. В його експозиції представлено книги XVII–XX ст. – це дар владики Варфоломія, архієпископа Рівненського і Острозького УПЦ. Гордістю музею є Службове Євангеліє, видане 1644 р. у Львові та двохтомний «Требник» митрополита Петра Могили, виданий 1646 р. Музейну експозицію доповнюють реконструйовані старовинні друкарські верстати.

Сьогодні у світі існує понад 200 музеїв книги при бібліотеках. Одними з найбільших вважаються Музей книги та книгодрукування Королівської бібліотеки Альберта I у Брюсселі, Музей книги Британської бібліотеки у Лондоні, Музей книги при Бібліотеці Хорнбі у Ліверпулі та Музей книги Бібліотеки Землі Саксонії у Дрездені [20].

Останнім часом музеї книги все частіше виникають на базі фондів великих наукових або вишівських бібліотек, видавництва або інших установ, що тим чи іншим чином пов'язані зі створенням та функціонуванням книги. Однією з перших бібліотек України, що започаткувала музейні форми роботи з книжковими фондами, є Одеська національна наукова бібліотека, що у 1922 р. відкрила Музей книги (даний статус є неофіційним). У фондах музею зберігається понад 40 тис. рідкісних видань та понад двох тисяч рукописів XI–XX ст. [18, с. 32.]. У Харківській державній науковій бібліотеці ім. В. Г. Короленка у 1983 р. було створено читально-експозиційну залу, яка базується на фонді рідкісних видань та рукописів, що нараховує понад 60 тис. прим. пам'яток [17, с. 139]. У Херсонській обласній універсальній науковій бібліотеці ім. О. Гончара разом зі створенням відділу рідкісних видань у 1994 р. було засновано Музей книги, де зберігаються стародруки XVIII–XIX ст., цінні видання XIX–XX ст., колекції екслібрисів, мініатюрних видань та ін [19, с. 23].

Фонд рідкісних і цінних видань Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки налічує близько 40 тис. прим.

Зібрання є універсальним та складається з різноманітних за змістом книг та періодичних видань, включає твори видатних українських та іноземних письменників і вчених, типографів та ін. Мовний склад фонду є досить широким, більшість видань представлена українською та російською мовами, також нараховується понад 3 тис. прим. іншими мовами народів світу. Більшу частину з них становлять книги французькою мовою (57%), німецькою – 8%, англійською – 6,5%. Крім того, є видання латинською, польською, грецькою, єврейською та ін.

У 1979 р. в бібліотеці було організовано сектор рідкісної книги при відділі книгозберігання. Основним напрямом його роботи була бібліотечна обробка документів XVIII – поч. XX ст. та відображення інформації про них у довідково-бібліографічному апараті. Крім того, читачам надавалися консультації щодо пошуку необхідної інформації, експонувалися тематичні виставки, проходилися екскурсії та пізнавальні заходи.

У 1993 р. сектор було реорганізовано у відділ рідкісних і цінних видань. У цей період на базі відділу почало проводитися дослідження «Бібліотечні фонди XVII – поч. XX ст. Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки: вивчення, введення до наукового обігу», що на сьогодні стало постійним. У ході дослідження проводиться характеристика кількісного та тематичного складу фонду рідкісних видань, аналіз їхнього фізичного стану, атрибуція, бібліографування, встановлення відомостей про життя та діяльність їхніх колишніх власників, розкриття змісту тощо. Результати дослідження знаходять відображення у наукових публікаціях фахівців бібліотеки у пресі.

У 2009 р. відділ змінив назву на відділ науково-дослідної роботи з рідкісними і цінними виданнями, і з цього часу саме науково-дослідна робота стала пріоритетним напрямом його діяльності. Результати вивчення фонду рідкісних видань відображаються у бібліографічних покажчиках і довідниках («Книги мудрості людства (церковно-релігійна література у фондах Миколаївської обласної універсальної бібліотеки)», «Українська книга XIX – поч. XX ст. у фонді Миколаївської ОУНБ» та ін.). Нарівні із книжковим фондом активно досліджуються і періодичні видання, репертуар яких нараховує більше 300 назв. Ця робота відображена на сторінках таких видань, як «Джерела української

історії (українські періодичні видання XIX – поч. XX ст. у фондах ОУНБ», «Періодичні видання XVIII – поч. XX ст. у фонді Миколаївської ОУНБ», «Періодичні видання 1918-1949 рр. у фонді Миколаївської ОУНБ».

З початку заснування даного структурного підрозділу паралельно з науковим опрацюванням та вивченням фонду відбувалося формування різноманітних колекцій, котрі можна розглядати як окремі медіапродукти. За визначенням К.Нагорної, медіапродукт – це «результат навчальної або практичної медіадіяльності людини, що має на меті донести певну інформацію до цільової аудиторії, відрізняється наявністю ідеї, єдністю форми та змісту, цілісністю, завершеністю, має яскраве емоційне начало, тобто це – продукт практичної діяльності (опрацювання досвіду і спостережень) із використанням медіа, зрозумілий для подальшого використання, єдиний для посилення на нього» [10, с. 226]. Кожна колекція – це своєрідний літопис епохи, інтелектуальний зріз громадського життя. На сьогодні їх нараховується 10, але це не остаточна цифра, адже робота триває. Умовно колекції поділяються на *колекції книжкових видань* і *колекції періодичних видань*.

Найбільш цінною є *колекція стародруків*, виданих до 1830 р., вона налічує 718 прим. Документальні ресурси цього періоду є бібліографічною рідкістю і мають безперечну цінність як пам'ятники книгодрукування минулих століть. З-поміж них є іноземні книги, видані у французьких, німецьких, італійських та інших європейських типографіях. Перлиною колекції є другий том франко-італійського словника («Dittionario francese, et italiano»), виданий у Венеції в 1686 р., що був складений французьким та італійським перекладачами Антуаном Оудіном та Лореном Ферретті. Це видання є найстарішим у фонді бібліотеки. Також заслуговують на увагу стародруки «Полное умозрение строения и вождения кораблей, сочинённое в пользу учащихся навигации» (1778), «Универсальная арифметика» Леонарда Ейлера (1787), «Историческая библиотека» Діодора Сицилійського (1775). Остання книга є дуже рідкісною, оскільки вийшла у світ накладом лише 300 примірників.

Наступною є *колекція перших та прижиттєвих творів видатних учених та зарубіжних авторів XVIII – поч. XX ст.* (М.Ломоносова, М. Карамзіна, М. Пирогова, Е. Золя, Ч. Діккенса та ін.).

**Колекція книг, надрукованих кириличним шрифтом**, нараховує 16 прим. Це переважно видання Святого Письма, богослужбові книги, а також зразки проповідницької літератури.

**Колекція довідкової літератури XIX–поч. XX ст.** складається з універсальних та галузевих енциклопедій і довідників. До неї входять: енциклопедичний словник Брокгауза і Ефрона (86 тт.), енциклопедичний словник російського бібліографічного інституту Гранат (58 тт.), Військова енциклопедія (14 тт.), повна енциклопедія російського сільського господарства (12 тт.), Реальна енциклопедія медичних наук (20 тт.).

**Колекція «Україніка»** нараховує понад 2300 прим. Містить перші та прижиттєві видання творів українських письменників та науковців, твори друку типографій Києво-Печерської Лаври, Харківського університету, львівського видавництва Наукового Товариства ім. Т. Шевченка. Серед них можна виділити дуже рідкісну прижиттєву збірку поезій Лесі Українки «Думи і мрії», що вийшла у світ у Львові у 1899 р. накладом 1000 прим., та перше видання роману «Чорна Рада» П. Куліша (1857).

**Колекції видань доби Української революції 1917-1921 рр.** (2138 прим.) та періоду 1941-1945 рр. (2052 прим.) включають навчальну, довідкову, науково-популярну літературу, твори українських та зарубіжних письменників, а також періодичні видання.

Становить інтерес **колекція мініатюрних видань**, формат яких не перевищує 100x100 мм. Зібрання книжок-крихіток нараховує більше 641 прим. книг різноманітної тематики, виданих у XX – на поч. XXI ст. Більшу частину колекції складають видання художніх творів вітчизняних та зарубіжних письменників.

Гордістю бібліотеки є **колекція шедеврів сучасного поліграфічного мистецтва** – розкішних подарункових та ювілейних видань, таких, як подарунковий комплект «Витоки Свободи», до якого увійшли три книги у вишуканих обкладинках з натуральної шкіри ручної роботи: «Ілюстрована історія України» М. Грушевського, «Історія України-Русі» М. Аркаса, «Про українську мову і книгу» І. Огієнка. Видання «Енеїда» І. Котляревського виготовлено за оригінальною французькою технологією XVIII ст., гарно ілюстрована, захищена футляром, прикрашена тисненням на палітурці та золотим обрізом.

Велику наукову цінність має *колекція періодичних видань XVIII – поч. XX ст.*, що нараховує понад 300 назв журналів і газет. Вона є універсальною за тематикою і читацьким призначенням. Перлинами колекції є примірники часописів кінця XVIII ст. – «Сочинения и переводы к пользе и увеселению служащие», «Беседующий гражданин», річний комплект одного з перших українських журналів «Основа», а також «Киевская старина», «Рідний край», «Вестник Европы», «Исторический вестник», «Нива» та ін.

Ще *однією унікальною колекцією можна вважати колекцію знахідок, що були виявлені між сторінками видань XVIII – поч. XX ст.* під час їхнього вивчення. Це марки, поштові листівки та картки, довідки та особисті листи, бібліотечні талони й картки, афіші та рекламні проспекти різного змісту. Деякі речі були забуті читачами випадково, а щось використовувалося як закладинки. Цікавою знахідкою є блакитна марка на тонкому картоні із зубцями номіналом 10 копійок із зображенням імператора Миколи II, що була випущена в обіг 1 січня 1913 р. У 2003 р. у книзі Я. Севастьянова «Приложение начертательной геометрии к воздушной перспективе, проекции карт и гномонике» (1831) було знайдено срібну 15-тикоп'ячну монету 1873 р. випуску, що була в ужитку за часів імператора Олександра II.

На сторінках та обкладинках багатьох видань фонду збереглися дарчі написи авторів, вензелі та підписи колишніх власників, печатки книжкових магазинів, видавництв, палітурних майстерень, навчальних закладів, установ та організацій, що функціонували у Миколаєві наприкінці XIX – поч. XX ст. На сьогодні у фонді рідкісних і цінних видань виявлено понад 3 тис. примірників книг та журналів, на сторінках яких містяться різноманітні книжкові знаки, що вказують на належність видань відомим особам, навчальним та книготорговельним закладам. Серед них є *екслібриси*, створені за європейським зразком, котрі є цінними з художньої точки зору.

З 2019 р. другим важливим напрямом після науково-дослідної діяльності стало *оцифрування найцінніших видань*. За підтримки влади бібліотеці було виділено державну субвенцію та кошти з обласного бюджету на придбання безконтактного сканера та меблів. Сучасне цифрове обладнання надало можливість

оцифровувати рідкісні і цінні видання навіть з обмеженим кутом розкриття аркушів книги і при цьому уникнути світлового впливу і механічного контакту. На базі відділу розпочалася реалізація проекту «Цифрові колекції раритетів», у рамках якого оцифровуються книги з приватних зібрань відомих миколаївців минулого століття М. П. Паризо-де-ла-Валетта, М. П. Манганарі, М. І. Пескера, М. М. Аркаса та ін.

У 2020 р. Миколаївська ОУНБ отримала грантову підтримку від Українського культурного фонду на реалізацію проекту зі створення електронного ресурсу web-library «Аркасівська спадщина», що представляє в медійному просторі бібліографічну, фактографічну, повнотекстову, образотворчу та аудіовізуальну інформацію про родину Аркасів.

Родовід Аркасів охоплює великий період історії України. У ХІХ – на поч. ХХ ст. аркасівський рід був одним із найвідоміших на півдні України. П'ять поколінь родини Аркасів понад сто років проживали в місті Миколаєві, що обумовило тут наявність значної кількості унікальних документів із фамільного архіву, видань із родинної бібліотеки та ін. До роду входило багато визначних особистостей – військово-морські та військові діячі, видатні представники культури та мистецтва. Найбільш широко Аркаси переймалися історією, музикою і театром, менше – літературою.

Даний електронний ресурс об'єднав разом матеріали, що стосуються Аркасів і зберігаються у фондах різних установ та організацій Миколаєва, та надає доступ до них віртуальним користувачам.

Нові формати роботи з фондом рідкісних видань та бажання створити комфортні умови для користувачів спонукали до створення та відкриття Музею книги на базі відділу науково-дослідної роботи з рідкісними і цінними виданнями – приклад **бібліотечної і музейної дидактики** водночас.

23 липня 2020 р. відбулося урочисте відкриття Музею книги (даний статус поки що є неофіційним). Основними напрямками його діяльності на найближчий період стануть: науково-дослідна, експозиційно-виставкова, культурно-освітня, видавнича, рекламна, екскурсійна, пам'яткоохоронна робота. Основними завданнями визначено оцифрування фонду з метою подальшого надання доступу до них широкому колу користувачів; укладання

та видання друкованих каталогів та бібліографічних покажчиків; розширення репертуару екскурсій, у тому числі для дитячої аудиторії; створення власного вебресурсу та сторінки у соцмережах, що дало нам підстави вести мову про Музей книги як приклад *бібліотечної благодидактики*.

**Висновки.** Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що музеї книги/виставкові комплекси на базі бібліотек стають одним із головних засобів популяризації знань про книгу як історико-культурне надбання. Внаслідок трансформацій формується сучасний музейний простір. На сьогодні музей у бібліотеці виконує функції збереження, охорони, інвентаризації, науково-дослідної діяльності, популяризації культурної спадщини, організації виставкової діяльності, різноманітних проєктів. Велику роль в цьому процесі відіграє поступове оцифрування та представлення в медійному середовищі всіх колекцій музею, створення окремих цифрових бібліотек відомих діячів, зокрема, створення власного вебсайту музею для представлення в медійному просторі, що дає нам підстави вести мову про необхідність спостережень за розвитком *бібліотечної медіадидактики* та її складників: *бібліотечна дидактика, музейна дидактика, бібліотечна благодидактика, музейна благодидактика*.

#### Список використаних джерел:

1. Anna Onkovich. Media Didactics in Higher Education: OrientedMedia Education // Worldwide Commonalities and Challenges in Information Literacy Research and Practice, 2013. № 307. Springer. Cham. P. 282-287.
2. Onkovych Artem, Onkovych Ganna . “Flashbook” Didactics as a Form of Book Promotion // The Fifth European Conference on Information Literacy (ECIL)/ September 18th-21st, 2017, Saint-Malo, France. Abstracts. Publisher: Information Literacy Association (InLitAs) / <http://ecil2017.ilconf.org/wp-content/uploads/sites/6/2017/09/ECIL-2017-Book-of-abstracts.pdf> – P.206.
3. Onkovych H. Knyhospalah- (flashbook) didactics as media education technology (Книгоспалах- (flashbook) дидактика як медіаосвітня технологія) // Актуальні дослідження в соціальній сфері : матеріали восьмої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 17 травня 2017 р.) / гол. ред. В. В. Корнешук. – Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2017. – 332 с. – С. 309 – 310.
4. Білецький, В.С., Онкович, Г.В., Онкович А.Д. Нове в медіаосвіті: науково-педагогічна благодидактика // Івано-Франківськ: Прикарпатський вісник НТШ. Слово, 2018. – № 4(48). – С.380-391.

5. Викулова, В. П. Музейная экспозиция в библиотеке : типы и методы организации / В. П. Викулова // Библиотечное дело. – 2010. – № 21. – С. 32–37.
6. Глоба, Тетяна. Книгоспалах та красназвача локація: медіаосвітні технології в роботі бібліотек м. Дніпро // <https://www.lib.dp.ua/site-dnipro/?idm=&idp=904> Глоба, Т. І. Книгоспалах та красназвача локація: медіаосвітні технології в роботі бібліотек м. Дніпро [Електронний ресурс] : збірник статей / Т. І. Глоба // МВД Республіки Беларусь, учреждение образования «Могилевский ин-т Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венедиктов (отв. ред.) [и др.]. – Могилев : Могилев. институт МВД, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – С. 48–54 // <https://www.lib.dp.ua/site-dnipro/?idm=&idp=904> Дата перегляду 26 вересня 2020.
7. Калмыкова, М. М. Музей книги в библиотеке / М. М. Калмыкова // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире : новые технологии и новые формы сотрудничества : материалы Восьмая международ. конф. «Крым–2001» : в 2 т. – Москва, 2001. – Т. 1. – С. 385–387.
8. Колосова, С. Сохранение культурного наследия : особенности работы библиотек-музеев и музеев-библиотек / С. Колосова // Библиотечное дело. – 2007. – № 18. – С. 42–44.
9. Костенко, І. П. Музей рідкісної книги імені Г. П. Васильківського / І. П. Костенко // Український музей : зб. наук. пр. – Київ, 2003. – С. 44–46.
10. Медіакомпетентність фахівця: колективна монографія / Онкович Г. В., Горун Ю. М., Кравчук В. О., Литвин Н. О., Костюхіна І. В., Нагорна К. А., за наук. ред. д. пед. наук, проф. Онкович Г. В. – К.: Логос 2013.– 287 с.
11. ISBN 978-966-171-764-9
12. Онкович, А. В. Медіадидактика // **Materiały V Międzynarodowej Konferencji Naukowej «Języki rosyjski w przestrzeni językowej i kulturowej Europy i świata: Człowiek. Świadomość. Komunikacja, Warszawa : [Изд-во Варшав. ун-та], 2012. С. 1013–1018.**
13. Онкович, Ганна. Віртуальний інтегрований простір знань і засоби медіаосвіти / Ганна Онкович // Педагогічні науки : зб. наук. пр. Полтав. нац. пед. ун-ту ім. В. Г. Короленка. – Полтава : [б. в.], 2010. – Вип. 2. – С. 10–16.
14. Онкович, А. В. Интернет-дидактика в обучении русскому языку как иностранному // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры : мат-лы XIII Конгресса МАПРЯЛ, Гранада, Испания, 13–20 сент. 2015 г. СПб.: МАПРЯЛ, 2015. Т. 10. С.788–793.
15. Онкович, А. В. Медійная и інформаційна грамотність в цифрову епоху: на порозі глобального прорыва. ЮНЕСКО. 2014 // Медіаобразование, 2014. № 4. – С. 9–14.
16. Онкович А.В., Агаркова В.В., Боголюбова М.М. Библиотечная блогодидактика // International Scientific-Pedagogical Organization of Philologists (ISPOP): Журнал “WEST-EAST”, Vol 3 №2 (October, 2020). Tbilisi 2020. Publishing House “UNIVERSAL”– С.40-48.
17. Онкович, Г.В. Новітні терміни медіаосвіти та медіадидактики // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. Кроскультурна і міжкультурна

- комунікація: проблеми, питання, рішення. Дніпро, ДНУ ім. Олеса Гончара, 2018. № 12. Частина 2. – С. 277–291.
18. Петрухно, Ю. Е. Музей книги и истории библиотеки ХНАДУ / Ю.Е. Петрухно // Колекції пам'яток писемності та друку у бібліотечних фондах України: проблеми формування, збереження, розкриття: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю від. рідкіс. видань і рукописів ХДНБ ім В. Г. Короленка. – Харків, 2003. – С. 138–144.
  19. Подкупко, Т. Л. Музей книги Одеської державної наукової бібліотеки ім. М. Горького / Т. Л. Подкупко ; відп. ред. О. Ф. Ботушанська. – Одеса, 2007. – 32 с.
  20. Соколов, В. Ю. Музеї книги і виставкові комплекси в бібліотеках України // Бібліотечна планета. – 2013. – № 4. – С. 20–24.
  21. Соколов, В. Ю. Музей книги в бібліотеці [Електронний ресурс] / В.Ю. Соколов // Українська бібліотечна енциклопедія. – Режим доступу: <http://ube.nlu.org.ua/article/музей%20книги%20в%20бібліотеці>, вільний (дата звернення: 14.12.2020). – Назва з екрана.
  22. Султанова Л.Ю., Қрениця Г.В. Актуальність дослідження інформаційно-комуникаційних технологій в освітньому процесі // Неперервна педагогічна освіта ХХІ століття: зб. Матеріалів ХУІІ Міжнародних педагогічно-мистецьких читань пам'яті проф.О.П.Рудницької. - Вип № (15). – К.: Талком, 2020. – С.123-124.
  23. Федоров А.В., Онкович А.В., Левицкая А.А. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та им.А. П. Чехова, 2013.– 308 с.
  24. Шемаєв, С. О. Бібліотека, архів, музей: шляхи співробітництва / С.О. Шемаєв // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. – 2013. – Вип. 35. – С. 548–555.
  25. Шехурина, Л. Д. Музей и книга (аспекты взаимодействия) / Шехурина, Л. Д. // Библиосфера. – 2010. – № 4. – С.24–28.

**Анотація.** Створення спеціальних музеїв книги припадає на другу половину XIX ст. Сьогодні на базі обласних наукових бібліотек та бібліотек вищих навчальних закладів України зібрано унікальні колекції книжок, створено відділи або сектори рідкісних видань, музеї книги, котрі використовують у своїй роботі музейні методи. У статті висвітлюється історичний аспект цього процесу у світі та в Україні, наводяться приклади представлення їхньої діяльності в соціальних мережах.

У 2020 р. на базі Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки було відкрито Музей книги, сформовано 10 колекцій. Одним із важливих напрямків роботи музею є оцифрування найцінніших видань – розпочато реалізацію проекту «Цифрові колекції раритетів» та проекту зі створення електронного ресурсу web-library «Аркасівська спадщина». У статті розкриваються новітні складники поняття медіадидактика – бібліотечна дидактика, музейна дидактика, бібліотечна блогодидактика, музейна блогодидактика.

**Ключові слова:** музей книги, бібліотека, книжкові пам'ятки, музейна дидактика, бібліотечна дидактика, музейна благодидатика, інтернет-дидактика, медіадидактика, цифрові технології.

### **Library didactics as a component of media didactics**

**Abstract.** The creation of special book museums dates back to the second half of the XIX century. Today on the basis of regional scientific libraries and libraries of higher educational institutions of Ukraine unique collections of books are collected, departments or sectors of rare editions, museums of the book which use museum methods in the work are created. The article highlights the historical aspect of this process in the world and in Ukraine, gives examples of presenting their activities on social networks.

In 2020 on the basis of the Nikolaev regional universal scientific library the Museum of the book was opened, 10 collections were formed. One of the important directions of the museum's work is the digitization of the most valuable publications – the implementation of the project “Digital collections of rarities” and the project to create an electronic resource web-library “Arkasiv Heritage”. The article reveals the latest components of the concept of media didactics – library didactics, museum didactics, library blog didactics, museum blog didactics.

**Key words:** book museum, library, book monuments, museum didactics, library didactics, museum blog didactics, Internet didactics, media didactics, digital technologies.

### **Библиотечная дидактика как составляющая медиадидактики**

**Аннотация.** Создание специальных музеев книги приходится на вторую половину XIX в. Сегодня на базе областных научных библиотек и библиотек высших учебных заведений Украины собраны уникальные коллекции книг, созданы отделы или секторы редких изданий, музеи книги, которые используют в своей работе музейные методы. В статье отражается исторический аспект этого процесса в мире и в Украине, приводятся примеры представления их деятельности в социальных сетях.

В 2020 г. на базе Николаевской областной универсальной научной библиотеки был открыт Музей книги, сформировано 10 коллекций. Одно из важных направлений работы музея – оцифровка ценных зданий. Начата реализация проекта «Цифровые коллекции раритетов» и проекта по созданию электронного ресурса web-library «Аркасовское наследие». В статье раскрываются новейшие составляющие понятия медиадидактика – библиотечная дидактика, музейная дидактика, библиотечная благодидатика, музейная благодидатика.

**Ключевые слова:** музей книги, библиотека, книжные памятники, музейная дидактика, библиотечная дидактика, музейная благодидатика, интернет-дидактика, медиадидактика, цифровые технологии.

Ахметова Л.С. 

## **Казахстанские воинские формирования и наши герои-воины в годы Великой Отечественной войны**

В XXI веке стало проще искать пропавших без вести. Легче и труднее. Это связано с тем, что открываются архивы, появились новые технологии. Материалы выставляются в Интернет. Бесценная база ОБД Мемориал. По его подобию стали работать и другие страны. В Казахстане свой Мемориал имеется на сайте Министерства внутренних дел страны в виде списка воинов, побывавших в плену, и список пропавших без вести и погибших на фронтах Великой Отечественной войны в Министерстве обороны Республики Казахстан.

Перед войной в кадровых частях проходили службу 178000 юношей – казахстанцев (в том числе 40600 казахов). За годы войны были призваны 1366000 человек, еще 790356 человек – в трудовую армию, школы и училища трудовых резервов. На защиту Родины ушли 5183 женщины.

С первых часов и дней на территории Казахстана началось формирование воинских частей и подразделений. Всего было сформировано 12 стрелковых, 4 кавалерийские дивизии, семь стрелковых бригад, около 50 отдельных полков и батальонов различных родов войск (в том числе 2 артиллерийских дивизиона, 4 минометных, 3 авиационных полка, 14 отдельных батальонов). Три кавалерийские дивизии и две стрелковые бригады были казахские национальные.

Для работы в промышленности мобилизовано 670000 человек.

В то же время на территорию Казахстана прибыло эвакуированных и репрессированных около 1,5 миллионов человек.

Одними из первых удар фашистов приняли на себя защитники легендарной Брестской крепости, в том числе и казахстанцы. На сегодняшний день их число по данным поисковиков достигает 632 человека [1].

Если говорить о воинских формированиях, то следует отметить те, которые были созданы ранее и оказались в первые дни войны на передовой.

**78-й стрелковый полк** сформирован в сентябре 1918 года как 192-й стрелковый полк 22 стрелковой дивизии из рабочих и крестьян Самарской, Пензенской губерний и Уральской области. Войну встретил в Молдавии.

**219-й стрелковый полк** сформирован 8-12 октября 1918 года в Кустанае из добровольцев города и крестьян уезда. Сначала назывался 1-м Акмолинским Степным стрелковым полком и др. названия. С августа 1939 г. получил свое последнее название – 219-й стрелковый полк 11-й стрелковой дивизии. Войну встретил южнее г. Шяуляй в Литве.

В битве за Москву участвовали ряд дивизий и иных воинских формирований из Казахстана. Назовем сначала те, которые сражались уже в 1941 году.

**316 стрелковая дивизия** (позже 8-я гвардейская Идрицко-Режицкая Боевого Красного Знамени и ордена Суворова имени Героя Советского Союза генерал-майора Ивана Васильевича Панфилова) сформирована в июле-августе 1941г. в Алма-Ате – состав: добровольцы и призывники из Алма-Аты, Алма-Атинской и южных областей Казахстана и частично – Киргизии. В 1941 г. воевала под Москвой, Волоколамское и позже иные направления [2].

**238 стрелковая дивизия** (позже 30-я гвардейская стрелковая Рижская Краснознаменная дивизия) сформирована в марте 1941 г. в городах Семипалатинск, Алма-Ата, Усть-Каменогорск. Август-сентябрь охраняла границы с Афганистаном. С 26 сентября 1941 г. передана в Действующую армию. 8-9 октября занимает рубеж обороны на западных подступах г. Тула. Московское направление.

**312-я стрелковая дивизия** сформирована в июле-августе 1941 г. в Актюбинске. К 23 августа прибыла на ст. Валдай Новгородской области, 1941 г. – Северо-Западный. Позже – Западный фронт. 27 октября остатки 17, 53 и 312 стрелковых дивизий слиты в одну, 312-ю, которая 27 декабря 1941 г. получила номер 53-й как более старой дивизии. Солдаты-казахстанцы составили 12-й стрелковый полк. Войну 12-й стрелковый Венский Краснознаменный полк закончил в столице Австрии.

**387 стрелковая** (Перекопская – позже) дивизия сформирована в Акмолинске в конце августа – начале ноября 1941 г. 6-18 ноября поездами направлена в Пензенскую область. В боевые действия включилась в ходе Московской наступательной операции

**39-я отдельная стрелковая бригада** (позже 88-я стрелковая Витебская Краснознаменная орденов Суворова и Кутузова дивизия) сформирована в октябре-ноябре 1941 г. из курсантов Алма-Атинского стрелково-пулеметного училища, школ сержантского состава и снайперских курсов Среднеазиатского военного округа и прошедших ранее военную службу военнообязанных Южного Казахстана и Семиречья. 5-19 декабря 1941 г. на рубеже Ямы, Горки Ленинские в районе Домодедово вошла в состав Московской зоны обороны.

**391-я стрелковая (Режицкая Краснознаменная – позже) дивизия** сформирована в августе-ноябре 1941 г. в Алма-Ате. С 8 ноября в резервной армии Сталинградской области, Рязанской области. С 25 декабря в составе войск Московской зоны обороны.

**75 морская стрелковая бригада** (позже 27-я гвардейская стрелковая Новобугская Краснознаменная ордена Богдана Хмельницкого дивизия) сформирована осенью 1941 г. – в г. Новоказалинск Кзыл-Ординской области из военных моряков и жителей Южного Казахстана. 12 декабря 1941 г. прибыла в г. Люблино и вошла в состав войск Московской зоны обороны.

**74-я морская бригада** (позже 292-я стрелковая дивизия) сформирована в ноябре-декабре 1941 г. в Актюбинске. До половины ее первоначального личного состава представляли моряки с кораблей Тихоокеанского и Северных морей. В декабре 1941 г. вошла в состав войск Московской зоны обороны.

В обороне и прорыве блокады Ленинграда активно участвовали 310-я и 314-я дивизии и другие воинские соединения из Казахстана.

**310-я стрелковая (Новгородская ордена Ленина Краснознаменная – позже) дивизия** сформирована в июле-августе 1941 г. в Акмолинске. 18-27 августа поездами прибыла в г. Тихвин Ленинградской области. Ленинградский фронт.

**314 стрелковая (Кингисеппская ордена Кутузова – позже) дивизия** сформирована в июле-августе 1941 г. в Петропавловске Северо-Казахстанской области. К 26 августа – Ленинградская (ныне Новгородская) область. Северо-Западный фронт [3].

В тяжелые сентябрьские дни 1941 года к ленинградцам обратился казахский народный поэт Жамбыл Жабаев со своим стихотворением «Ленинградцы, дети мои! Ленинградцы, гордость моя!». Листовки со стихами Жамбыла, переведенными на русский язык, расклеивали на стенах, они звучали по радио, люди повторяли их, как заклинание... [4]

**В 1942 году:**

**29-я стрелковая дивизия (второго формирования) – позже 72-я гвардейская стрелковая Красноградская Краснознаменная дивизия** – сформирована в г. Акмолинск в декабре 1941 г.-феврале 1942 г. Март-апрель 1942 г. – Тульская область.

**38-я стрелковая дивизия (второго формирования) – позже 73-я гвардейская стрелковая Сталинградско-Дунайская Краснознаменная дивизия** – сформирована в декабре 1941 г.-феврале 1942 г. в г. Алма-Ата. Боевое крещение – май 1942 г. – д. Терновое, северо-восточнее Харькова.

**8-я стрелковая (Ямпольская Краснознаменная ордена Суворова – позже) дивизия** сформирована в Семипалатинске и Аягузе в декабре 1941 г.-марте 1942 г. 24 апреля 1942 г. в районе г. Сталиногорск (ныне Новомосковск) Тульской области вошла в состав Брянского фронта.

**462-я стрелковая дивизия** сформирована в декабре 1941 г. – феврале 1942 г. в г. Чимкент 16 января 1942 г. переименована в 102-ю стрелковую дивизию (второго формирования). 5 мая 1942 г. прибыла в г. Славяносербск Луганской области, затем Южный фронт.

**152-я отдельная стрелковая бригада (позже 118-я стрелковая Мелитопольская Краснознаменная дивизия)** сформирована в г. Уральск в начале 1942 г. В мае 1942 г. передана в Действующую армию – Тульская область.

**405-я стрелковая дивизия** сформирована в феврале-марте 1942 г. в Алма-Ате. В мае передислоцирована в Казань. 27 июля расформирована с передачей личного состава на укомплектование 120 стрелковой дивизии, за отличия в Сталинградской битве, преобразованной в 69-ю гвардейскую дивизию.

**100-я отдельная казахская национальная стрелковая бригада** сформирована в декабре 1941 – марте 1942 гг. в Алма-Ате, в основном, из добровольцев южных областей республики. 27 ав-

густа 1942 г. – в резерве Ставки. В конце октября 1942 г. вошла в 39 армию Калининского фронта.

**101-я отдельная казахская национальная стрелковая бригада** сформирована в ноябре 1941-марте 1942 гг. в Актюбинске, в основном, из добровольцев западных областей республики. С августа – резерв Ставки. В конце октября 1942 г. вошла в 39 армию Калининского фронта.

**106-я отдельная казахская национальная дивизия** формировалась с декабря 1941 года по март 1942 года в Акмолинске. 23 марта 1942 года 106 кавалерийская дивизия из г. Акмолинска отправляется в действующую армию, по пути получает приказ о расформировании, и они вливается в состав 6-го кавалерийского корпуса генерала А. Носкова [5].

**81-я кавалерийская дивизия** сформирована в сентябре 1941 г. в г. Джамбул. Дислокация – Кушка, Туркменистан. В сентябре 1942 г. вошла в 4-й кавкорпус 51-й армии Сталинградского фронта.

**151-я отдельная стрелковая бригада (позже 756-й стрелковый полк)** сформирован в декабре 1941-апреле 1942 гг. в Кустанае. 24 мая прибыла в Новгородскую область в состав 11-й армии Северо-Западного фронт.

**129-й минометный (Молодечненский – позже) полк** сформирован в феврале-октябре 1942 г. в Актюбинске. Офицерский состав – в основном из Лепельского военного минометного училища. Сержанты – из участников войны после их выздоровления в госпиталях. Рядовые – преимущественно военнообязанные казахи западных областей Казахстана. 22 октября 1942 г. направлен в войска Донского фронта.

**991-й авиационный полк ночных бомбардировщиков** сформирован в сентябре 1942 г. в Алма-Ате на базе 22-й авиашколы пилотов первоначального обучения. Вошел в 3-ю воздушную армию.

**662-й авиационный полк ночных бомбардировщиков (позже 556-я отдельная авиационная Черкасская ордена Богдана Хмельницкого эскадрилья связи)** сформирована в сентябре-октябре 1941 г. в Алма-Ате на базе 22-й авиашколы пилотов первоначального обучения. Полк в начале 1942 г. прибыл на Волховский фронт и вошел в состав 139-й авиадивизии 52 армии.

**156-й отдельный мостостроительный батальон** сформирован в феврале 1942 г. в Алма-Ате из военнообязанных строительных специальностей столицы и области. В марте в районе Тулы вошел в 24-ю армию.

**1943 год**

**209-й стрелковый (Зайсанский Краснознаменный ордена Суворова – позже) полк**, формирование было начато в Ташкенте 18 ноября, закончено 14 декабря 1942 г. в г. Сатка Челябинской области. На его укомплектование были направлены рядовые, сержанты и офицеры трех отрядов и трех комендатур Казахского пограничного округа. Боевое крещение получил 10-20 марта 1943 г. в Липецкой области.

**992-й авиационный (Черкасский орденов Богдана Хмельницкого и Суворова – позже) ночной легкомоббардировочный полк** сформирован в сентябре 1942 г. на базе Алма-Атинской 22-й военной авиашколы пилотов первоначального обучения. С февраля 1943 г. – Новгородская область, боевые вылеты с марта [6].

В Сталинградской битве участвовали пять стрелковых, кавалерийская дивизия, морская стрелковая бригада, минометный полк и отдельный мостостроительный батальон, сформированные в Казахстане. Ценой собственной жизни совершили здесь подвиги Герой Советского Союза летчик-карагандинец Н. Абди-ров и минометчик К. Спатаев, лейтенант Г. Рабаев и другие.

На исходе лета 1942 г. жители западных районов республики впервые ощутили на себе обжигающее дыхание великой битвы развернувшейся на берегах Волги у стен Сталинграда. Над степными просторами Уральской и Гурьевской областей появились немецкие самолеты-разведчики, а затем и дальние бомбардировщики гитлеровских ВВС, в попытке сорвать перевозки грузов для нужд фронта.

Фашистское командование, организуя эти налеты, стремились нарушить работу железнодорожной линии Илецк-Урбах-Астрахань, сорвать перевозки из Уральска в Саратов, а главное, надеялось хоть частично парализовать наиболее близкую связь центра страны с Закавказьем, лишит возможности фронт и промышленность Урала и Поволжья получать нефть и горючее из Баку и Красноводска по кратчайшему пути. О бомбардировке

станций Озинки, Джаныбек, Палласовка сообщение в Алма-Ату в ЦК поступило весьма оперативно [7].

Бомбардировки этих железнодорожных станций дополнились выброской диверсионно-разведывательных групп Абвера в западных регионах республики. Это-то и стало показателем превращения западных районов республики в прифронтовые. Были созданы городские комитеты обороны в Уральске и Гурьеве, и они свою роль выполнили успешно..

Налетам фашистской авиации подверглась станция Верхний Баскунчак.

– ... Бомбардировки приграничных с Россией районов Западно-Казахстанской области велись, зенитные орудия по самолетам стреляли. Чекисты этих районов принимали участие в вооруженных столкновениях с диверсантами-парашютистами, пытающимися совершить здесь диверсии с сентября 1942 до мая 1944-го.

Железную дорогу на казахстанском участке защищали 8 зенитных бронепоездов, несколько авиаполков (№№629, 731, 788), 102 истребительная авиационная дивизия ПВО, которые сбили 21 и подбили еще 3 вражеских самолета. По железной дороге в Сталинград (ныне Волгоград) из Казахстана прибывало пополнение, провиант, техника, обратно шли эшелоны с ранеными.

На границе с Россией много населенных пунктов, но чаще всего бомбардировкам подвергались казахстанские станции Сайхин и Шунгай, Джаныбек, прилегающие села и аулы, разъезды железнодорожной магистрали. (Ныне это Приволжская железная дорога, а в то время называлась Рязано -Уральской). Нас интересует участок Урбах – Астрахань, вдоль которого и располагаются вышеуказанные населенные станции и поселки. От них до Сталинграда рукой подать – 150-200 км.

С осени 1942 они находились на военном положении, применяли режим светомаскировки, однако бомбардировки велись до 5 раз в день.

– Первая бомбардировка зафиксирована 13 сентября 1942 года, последняя 3 января 1943 года, время сражений на Сталинградском фронте. Всего на эту дорогу фашистская авиация совершила 398 налетов, сбросив 8650 бомб. Материальный ущерб – по этим двум районам – составил более семи миллионов рублей, 300 мирных жителей погибло во время бомбежек, 250 были ранены.

Согласно военным сводкам, на территории РК на железной дороге погибло 285 воинов. На самом деле, жертв было больше. Пока найдены две братские могилы [8].

Тысячи казахстанцев сложили свои головы, покрыв себя ратной славой под Курском, в боях за освобождение Украины и Белоруссии, Прибалтики и Молдавии, Польши, Венгрии, Чехословакии, Австрии, Германии и др.

В боях за Берлин первым водрузил знамя Победы над рейхстагом лейтенант Рахимжан Кошкарбаев.

Тысячи казахстанцев были участниками партизанского движения, движения Сопротивления, войны на Дальнем Востоке и разгроме Квантунской армии Японии.

За подвиги в Великой Отечественной войне 499 казахстанцев были удостоены звания «Герой Советского Союза», из них – 87 казахов. Кроме того, 11 Героев Советского Союза – казахов – родились в других республиках Союза. Даже в музее далекого сибирского города Ханты-Мансийска висит портрет и Указ о присвоении звания Героя Советского Союза репрессированному когда-то казаху М. Алимбетову...

Полными кавалерами Ордена Солдатской Славы первой, второй и третьей степени стали 110 казахстанцев.

По данным «Книги памяти Казахстана» наша республика потеряла в годы Великой Отечественной войны на всех фронтах 601 011 человек, из них 130 тысяч фронтовиков – казахов. (Другие данные – погибли в боях, умерли от ран и болезней, пропали без вести и не вернулись из плена 630 тыс. человек). Это значит, что каждый второй казахстанец, взявший в руки оружие, положил голову на алтарь Победы.

Первым Героем Советского Союза из Казахстана стал сын павлодарского крестьянина, генерал-майор танковых войск Семенченко Кузьма Александрович (22 июля 1941 года), а последним – офицер-панфиловец Бауыржан Момыш-улы (11 декабря 1990 года).

В ряду Героев Советского Союза – пулеметчица Маншук Маметова и снайпер Алия Молдагулова, гордость казахстанских девушек, обе девушки погибли в боях. Единственные женщины – Герои Советского Союза – Востока и Кавказа.

Хиуаз Доспанова – первая женщина-казашка – летчик бое-

вого самолета. Закончив Уральский аэроклуб, она добровольцем пошла на фронт, освоила технику пилотирования ночного бомбардировщика. Совершила более двухсот вылетов, сбрасывая смертоносный груз на врага. Имеет несколько государственных наград, удостоена «Халық Қаһарманы» (Народный Герой Казахстана) [9].

Четыре казахстанца – летчики-штурмовики Т. Бегельдинов, Л. Беда, И. Павлов и летчик-истребитель С. Луганский были дважды награждены золотыми Звездами Героев Советского Союза.

Самый молодой казах – Герой Советского Союза – 18-летний Жанибек Елеусов – погиб при форсировании Днепра.

Джапшасбай Нурсеитов, двадцати лет, при форсировании Днепра в течение трех суток участвовал в отражении контратак противника, уничтожив более 150 гитлеровцев. Он – один из самых молодых казахов, удостоенных звания Героя Советского Союза.

Около 120 казахстанцев удостоены высокого звания Героя Советского Союза за участие в освободительном походе Советской Армии в страны Европы. В их числе уроженец Акмолинской области Сагадат Нурмагамбетов, будущий первый Министр обороны Республики Казахстан и «Халық Қаһарманы».

Символом мужества и стойкости советских воинов стал подвиг защитников «Дома солдатской славы» – «Дома Павлова» в Сталинграде. В течение 58 суток в нем сражались и его удерживали бойцы. Среди них был казах Талибай Мырзаев из Южно-Казахстанской области.

«Высота одиннадцати героев Востока», – так называлась одна высота в обороне Сталинграда, которую защищали 11 бойцов из Казахстана и Средней Азии во главе с младшим лейтенантом М. Кабрибаевым. Бойцы стояли насмерть, пали смертью храбрых, но не пропустили врага.

Одна из улиц г. Сталинграда была названа «Казахской» как дань памяти героизму воинов из далекого Казахстана.

Летчики Нуркен Абдиров, Петр Теряев и Михаил Янко повторили подвиг капитана Н. Гастелло.

Имангали Балтабанов, Иван Бабин, Сундеткали Искалиев, Буран Нысанбаев, Агадил Сухамбаев повторили подвиг Александра Матросова и закрыли своими телами амбразуры дзотов противника.

При обороне Тулы погиб Рамазан Амангельдиев, сын прославленного героя народной войны 1916 г. Амангельды Иманова.

Только г. Алматы 104 улицы носят имена воинов – Героев Советского Союза [10].

В Казахстан было эвакуировано 220 заводов и фабрик.

Республика давала 85% свинца, 35 меди, 60 молибдена, 65 висмута, 79 полиметаллических руд. Шахтеры Караганды за годы войны выдали 34 млн. тонн угля, на 39% возросла добыча нефти.

Прославились сельские труженики. Мировые рекорды по выращиванию зерна установили Ш. Берсиев, И. Жахаев. Увеличили поголовье скота и спасли эвакуированный скот чабан Ж. Мукашев и табунщица Ш. Шугаипова и др.

Всего в 1941–1945 гг. в Казахстане было построено 460 (220 – эвакуированных) заводов, фабрик, рудников, шахт. Это были металлообрабатывающие и машиностроительные заводы, выпускавшие мины и снаряды, торпеды и бомбы, огнеметы, радиостанции и другие виды оружия и военной техники. Многие эвакуированные предприятия начинали работу в наспех приспособленных помещениях и даже под навесами. Нередко на новые места прибывали едва десятая часть прежнего коллектива рабочих и инженерно-технического персонала. К станкам становились местные жители: старики, женщины и подростки, работая по 2-3 смены. Спали тут же – не отходя от станка.

Девять из десяти пуль во время войны было вылито из свинца, произведенного в Казахстане. На фронте не было техники, не имеющей казахстанского металла.

Труженики Казахстана отправляли на фронт продовольствие, теплую одежду, деньги. В фонд обороны Родины было внесено более 4 миллионов рублей. На эти средства были созданы и отправлены на фронт танковые колонны «Колхозник Казахстана», «Комсомолец Казахстана», воздушная эскадрилья «Советский Казахстан».

Комсомольцы Казахского государственного университета (КазГУ) им. С.М. Кирова стали инициаторами сбора средств на танковую колонну «Советский студент». Это стало всесоюзным мероприятием. В 1943 г. на имя руководства КазГУ им. С.М. Кирова пришла правительственная телеграмма: «Прошу передать студентам университета, инициаторам сбора средств на танко-

вую колонну «Советский студент», мой братский привет и благодарность Красной Армии. И.Сталин». В 1945 г. танковая колонна «Советский студент» участвовала в штурме Берлина [11].

Таков небольшой обзор военных лет Казахстана, ставший символом гордости и памяти всех, живущих в настоящее время в стране.

Знать и помнить то далекое прошлое, изучать его, открывая новые страницы героизма наших отцов-дедов-прадедов. И не случайно, с каждым годом все больше 9 мая выходит на Бессмертный полк с портретами своих родных и близких, воевавших в Великой Отечественной войне, казахстанцев.

Шежире – своих семь потомков – знает каждый казах, и каждый казахстанец знает бойцов и командиров, ушедших в бессмертие, и выигравших самую страшную войну XX столетия.

### Литература

1. Ахметова Л. 1941. Брестская крепость. Казахстан – Алматы, 525 с.
2. Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Панфиловцы: 60 дней подвига, ставших легендой. – Алматы, 2014. – 280 с.; Ахметова Л.С. Панфиловцы: наша гордость, наша слава. – Алматы, 2020. – 724 с.
3. Кусаинов М. Тайны Синявинских болот и высот. – Астана, 2004. -328 с.
4. Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Яростный 1941. Размышления историков. – Алматы, 2011. – 384 с.
5. 106 кд – [https://ru.wikipedia.org/wiki/106-%D1%8F\\_%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F\\_%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%8F](https://ru.wikipedia.org/wiki/106-%D1%8F_%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%8F)
6. Боздактар. Книга памяти Казахстана. – Алматы: Казахстан, 1995. – 480 с. 327-370; Ахметова Л. Проводы на фронт. 1941 – <https://zonakz.net/2016/05/06/provody-na-front-1941/>
7. См.: Бойко С. Юнкерс над Уральском.// Ответный удар. - Алма-Ата: Казахстан, 1980. - С. 278-279.
8. Калинина Е. На территории Казахстана велись боевые действия во время Великой Отечественной войны. - <https://inbusiness.kz/ru/news/naterritorii-kazahstana-velis-boevye-dejstviya-vo-vremya-vov?fbclid=IwAR2-x9Ndik1rYL1-6OsVBSqSFfXK12ih6tydWX5sBJoOrc1GFedpDGmSkp8>
9. Хируз Доспанова – [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%A5%D0%B8%D1%83%D0%B0%D0%B7\\_%D0%9A%D0%B0%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A5%D0%B8%D1%83%D0%B0%D0%B7_%D0%9A%D0%B0%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0)
10. 104 улицы в Алматы носят имена героев-участников Великой Отечественной войны – <https://www.zakon.kz/4692695-104-ulicy-v-almatynosjat-imena-geroev.html>
11. Мы из КазГУ. – Алматы: Жалын, 1974. – 176 с. /8-9/

**Аннотация:** В статье дан обзор всех воинских формирований, созданных в 1941-1945 годах в Казахской ССР, кроме того названы те формирования, которые были созданы ранее и встретили войну 22 июня 1941 г. на западных рубежах нашей родины. Дана краткая их характеристика, названы командиры. Названы цифры призванных до войны (1939-1941), призванных в военные годы, погибших и пропавших без вести.

**Ключевые слова:** Великая Отечественная война, 1941-1945, Казахстан, воины, герои, дивизии, воинские подразделения.

### **Ұлы Отан соғыс жылдарында Қазақстандық әскери құрамалармен біздің жауынгер-батырлар**

**Андатпа:** Мақалада, ҚСРО-де 1941-1945 жылдары құрылған барлық әскери құрамаларға шолу жасалды, сонымен қатар, 1941 жылы 22 маусымда біздің отанымыздың батыс шебінде соғыста болған алдын-ала құрылған құрамалар аталған. Оларға қысқаша сипаттама берілген және қолбасшылары аталған. Соғысқа дейін (1939-1941) шақырылған, соғыс жылдары қаза тапқан, жоғалып кеткендер туралы сандық ақпараттар аталған.

**Түйін сөздер:** Ұлы Отан соғысы, 1941-1945, Қазақстан, жауынгерлер, батырлар, дивизия әскери бөлімшелері.

### **Kazakhstan military formations and our warrior heroes during the Great Patriotic War CV**

**Abstract:** The article gives an overview of all military formations created in 1941-1945 in the Kazakh SSR, in addition, those formations that were created earlier and met the war on June 22, 1941 on the western borders of our homeland are named. Given a brief description of them; the commanders are named. The numbers of those drafted before the war (1939-1941), called up in the war years, dead and missing are named. Key words: Great Patriotic War, 1941-1945, Kazakhstan, soldiers, heroes, divisions, military units.

Бокшань Г.И.

### Феминистические горизонты травелогов Софии Яблонской

В 20-30-е годы XX века читатели галицких газет открывали для себя мир экзотических странствий, в которых их сопровождала львовянка София Яблонская – отважная путешественница, чей писательский талант позволил превратить впечатления от посещения самых необычных уголков планеты в ценные в художественном аспекте литературные произведения. Ее поездки в страны Дальнего Востока и Африки, Австралии, Новой Зеландии, Северной Америки были полны опасностей и вызовов, но молодая женщина отчаянно принимала их, чтобы, как она отмечала в ряде интервью, «убедиться, существуют ли где-то еще на свете райские острова» [5, с. 12]. Отправившись в 1927 году в Париж с целью освоить искусство кинематографа, С. Яблонская избрала судьбу, связанную с рисками и препятствиями, преодоление которых несомненно стоит литературоведческой рефлексии. Вопреки тому, что ее произведения были неоднократно переизданы, надлежащего внимания в научной среде они до сих пор не получили. Среди трудов, объектом которых стали травелогии С. Яблонской, необходимо упомянуть статью И. Приймак [4], которая сосредоточилась на специфике ее художественной прозы в литературном процессе первой половины XX века, а также исследование М. Влах [2], которая проанализировала геообразы в литературном наследии автора как средства познания мира. Потребность дальнейшего изучения уникальных произведений украинской путешественницы обуславливает актуальность избранной темы.

Цель статьи – определить феминистические ориентиры травелогов С. Яблонской и охарактеризовать специфику ее мировоззренческих установок, отраженных в произведениях сборника «Письма из Парижа. Письма из Китая».

Жизненный и творческий путь С. Яблонской свидетельствует о ее симпатиях к идее гендерного равенства, поскольку автор отстаивает право следовать зову сердца вопреки тогдашним

стереотипным представлениям о предназначении женщины в семье и общественной жизни. Хотя произведения С. Яблонской не содержат четких деклараций феминизма, их все же можно считать свидетельством ее благосклонности к этой идеологии. Путевые заметки, рассказы и новеллы писательницы, которые входят в сборник «Письма из Парижа. Письма из Китая», отражают ее стремление избирать свой путь к счастью вопреки сложившимся представлениям о гендерных ролях. Размышляя о цене, которую ей приходилось платить за возможность видеть экзотические земли, путешественница отмечает: «При этом необходимо много самопожертвования, нужно уметь отречься от удобств, личного счастья и многих других приятных вещей, которые дает дружеская и семейная жизнь в городе» [5, с. 13]. С. Яблонская сумела не только отказаться от преимуществ традиционного семейного счастья для осуществления мечты, но и достойно совмещать материнство, роль жены и писательницы, преодолевая геополитические границы и сложившиеся в современном ей обществе мировоззренческие барьеры.

В творчестве С. Яблонской гендерные акценты довольно заметны. Вопреки тому, что она обстоятельно не теоретизирует по поводу «культурного пола», ее произведения демонстрируют желание преодолеть заложенные в общественной жизни условности касательно предназначения женщины, развеять создаваемые и поддерживаемые мужчинами асимметрические мифы о субординации полов и сопротивляться влиянию традиционных патриархальных ценностей, которые лишают свободы выбора. Не упоминая имен, которые ассоциируются с зарождением феминистического движения в Украине в конце XIX века (Натальи Кобринской, Олены Пчилки, Леси Украинки и др.), писательница своими поступками приобщается к разрушению системы стереотипных представлений о женской судьбе и изменению навязанной мужчинами картины мира. С. Яблонская постоянно подчеркивает свое упрямство, неугомонность, энергичность, неудержимость, целеустремленность, выносливость, «жажду новых впечатлений», что определенно не соответствовало традиционному портрету женщины – «кормилицы, кухарки, добытчицы еды, воспитательницы детей» [3, с. 63]. Она курит сигареты, носит элементы мужской одежды, в которой похожа на мальчика-

подростка, умеет пользоваться ружьем – эти детали добавляют феминистические штрихи к ее портрету.

С. Яблонская акцентирует трудности, связанные с возможностью путешествовать на отдаленных территориях, хотя и без свойственных женскому письму сентиментов. Ее длительное пребывание зарубежом полностью разрушает стереотипные представления о женщине как «хранительнице домашнего очага»: «Пока что Китай. Китай до исчерпания. До осени. Потом назад в Лаос, Японию, а потом уже не знаю, – или, собственно говоря, боюсь составлять проекты, чтобы не вспугнуть их. Год, два или дольше – также не знаю, но наверняка как можно дольше» [5, с. 154]. Размышляя о вкладе Н. Кобринской в развитие феминистической идеологии в Украине, Соломия Павличко останавливается на пунктах, которые писательница и общественный деятель отстаивала в своем творчестве: «1) женщина – прежде всего человек, который имеет право на независимое материальное положение, труд, образование и участие в выборах; 2) ее общественная роль не должна сводиться только к роли матери, воспитательницы детей и покорной рабыни сначала родителей, а потом мужа» [3, с. 123]. С. Яблонская своей деятельностью иллюстрирует воплощение в жизнь этих базовых феминистических позиций.

Подвергая себя опасностям в странах, достаточно враждебно настроенных на европейцев, путешественница не только храбро преодолевает преграды и справляется с трудностями, но и сама проявляет готовность прийти на помощь. Во время паводка в Китае С. Яблонская – «модерный Ной» [5, с. 178] – спасла из воды маленькую девочку и ее отца. Автор осознает коварность избранного пути, однако ничто не в силах заставить ее сойти с него: «Оглядываясь на те совсем свежие приключения, я по-настоящему удивляюсь тому, что эта жесткая действительность, исполненная опасностей и усталости, еще не иссушила мою горячку странствий. Наоборот, все трудности, неудобства, преграды только увеличили мою жажду» [5, с. 211]. Такая жизненная позиция (страсть к движению, желание противостоять вызовам и угрозам) не является типичной для женщины начала XX века. В сущности, ее можно считать проявлением феминистических установок, которые С. Яблонская, будучи социально активной и

очень образной для своего времени личностью, могла усвоить как от своих соотечественниц (с 80-х годов XIX века идеи феминизма динамично развивались на западноукраинских землях, которые в силу геополитических обстоятельств были частью европейского культурного пространства), так и от представительниц соответственно настроенного мирового сообщества.

С. Яблонская не скрывает, что ее жизненная миссия состоит не в оправдании гендерных ожиданий, а в выборе собственных мировоззренческих ориентиров: «После моего краткого пребывания дома, поеду снова искать другие миры и другие горизонты. Это мое предназначение!» [5, с. 242]. Впрочем, она не отрекается от того, что свойственно женской природе, если оно ощущается как потребность, а не принуждение. Пребывание на чужих территориях на протяжении длительного времени побудило ее благоустроить собственное пространство, превратив его в подходящее для нормального функционирования место. С. Яблонская не пренебрегает работой на земле: «Уже на готовые грядки я посеяла разные китайские цветы и на газоне посадила молодые деревья: абрикосы, черешни и мимозу» [5, с. 244].

Из произведений С. Яблонской вполне понятно, что вопрос гендерных ролей не оставляет ее равнодушной: как правило, этот интерес проявляется опосредствованно, поскольку автор избегает прямых дискуссий на темы феминизма. Рефлексии по поводу использования китайцами скота для обработки рисовых полей содержат наблюдения, которые можно экстраполировать на разделение труда между мужчинами и женщинами: последствия «равенства» могут быть довольно непредвиденными. Так, С. Яблонская пишет: «Коровы должны исполнять роль волов – они орут, возят, тащат и т.д. Это равенство с волами так эмансипировало их, что они перестали давать молоко» [5, с. 245]. В произведениях писательницы отсутствуют радикальные проявления феминизма: она свободна от крайностей, ей скорее импонирует идея свободы с опорой на индивидуальные предпочтения, чем отстаивание равенства обоих полов.

С. Яблонская не пренебрегала работой, которую, как правило, считали мужской. В своих очерках она много рассказывает о решении бытовых проблем и выполнении в целом не характерных для женщин обязанностей. Она описывает, как работала ука-

зания для китайца-жестянщика касательно изготовления душа, вопреки тому, что в доме не было водопровода. С. Яблонская вместе с плотником изготовили мебель: «Получилось неожиданно хорошо, но для меня осталось лишь покрыть все лаком. <...> Выписала баночку бронзового лака, ореховую краску и спирт. В первую очередь покрасила мебель ореховой краской. Потом растворила в спирте лак и два раза полакировала ее» [5, с. 248].

Автор травелогов сумела найти и поддерживать баланс социальных и семейных ролей в обществе, в котором представления о них были достаточно устоявшимися и предсказуемыми. Ее не отягощали функции, связанные с заботой о «домашнем очаге», она уравновешивала ими свою склонность к «кочевому» способу жизни: «Представьте себе, что у меня, «этой отчаянной бродяги», откуда-то возродился усыпленный дух хозяйки <...>, так что в моем новом хозяйстве (у меня еще не было настоящего дома) мне захотелось осуществить массу улучшений, и везде, где можно и где красиво, поместить украинскую нотку, заложить огород и т. д.» [5, с. 310]. Такое мироощущение свидетельствует о наличии у С. Яблонской феминистической позиции, хотя ее проявления имели достаточно умеренный характер. Очевидно, этому способствовали обстоятельства семейной жизни, поскольку из произведений автора становится понятным, что ее муж принимал все потребности супруги в творчестве и получении новых впечатлений: «Мой муж не представляет никакого препятствия к писанию, наоборот, он первый готов на все уступки, только бы я писала, если это мне нужно для счастья» [5, с. 309].

Самостоятельность и независимость – ценности, которые исповедовала С. Яблонская на протяжении всей жизни. Ей удалось не изменить им благодаря настойчивости и решительности, смелости и целеустремленности – достоинствам, которые не считались самыми лучшими качествами в образе замужней женщины начала XX века. С. Яблонская бросала вызов тогдашним принципам и оставалась женщиной, которая «благодаря своим способностям в кинематографии, благодаря литературному таланту и огромному труду сумела выбороть себе полную независимость» [5, с. 292]. От этого она переживала «большую самоудовлетворенность преодоленных преград, ощущение самостоятельности» [5, с. 296]. В этом контексте стоит упомянуть С. де Бовуар, кото-

рая писала: «Избирая путь независимости, женщина должна приложить больше моральных усилий, нежели мужчина» [1, с. 142]. Таким образом, достижения С. Яблонской, которая сделала невероятно много в обстоятельствах, которые не способствовали социальной успешности женщины, кажутся особенно значимыми и достойными высоких оценок. Она тяготела к эмансипации, интеллектуальной свободе и социальной независимости, что было ощутимым во всех ее поступках.

В своих очерках и письмах С. Яблонская размышляет о возможности совмещать полноценную семейную жизнь и творчество. Она подчеркивает бремя обязанностей, которые должна выполнять женщина, чтобы обеспечить качественный быт мужу и детям, что неизбежно отвлекает от писательства. С. Яблонская именно этими обстоятельствами объясняет низкую продуктивность женщин в творчестве: «Я сама, когда мне приходилось сталкиваться с будничными хлопотами, не могла найти время даже для обстоятельного письма» [5, с. 311]. Осознавая отличия в мужской и женской психологии, она считает, что именно заложенная природой склонность к излишней тщательности, ответственности и впечатлительности препятствуют женщине определиться с приоритетами и следовать своему настоящему предназначению. Мужской поход к домашним обязанностям, напротив, способствует творческой реализации. С. Яблонская убеждена в том, что такое положение вещей сложно искоренить из общественного сознания, то есть феминистические идеи, по ее мнению, еще не скоро получат право на всеобщее признание. Впрочем, разделяя желание некоторых женщин пожертвовать семейной жизнью ради становления себя как творческой личности, автор все же больше тяготеет к возможности совмещать семейные интересы и склонность к писательству.

Такая позиция С. Яблонской вызвала негодование у еще одной звездной представительницы литературного небосвода того времени – писательницы Ирины Вильде, которая обвинила ее в готовности жертвовать и нежелании требовать от мужчин надлежащего отношения к своему таланту: «Мы, женщины, даже те, одаренные искрой Божьей, даже те, «исключительные» или необычные, не умеем дотянуться к роли тех, ради которых принесим жертвы» [5, с. 312]. И. Вильде усматривала несправед-

ливость в том, что мужчины-писатели умеют заставить жен беречь их покой и создавать благоприятные условия для реализации творческих замыслов и амбиций, вместо этого талантливые женщины пытаются совместить служение искусству и исполнение рутинных домашних обязанностей, иначе испытают осуждение и презрение.

Желание С. Яблонской угодить семье кажется И. Вильде упреком ее собственному способу жизни, поскольку она признается, что перевоспитала супруга и сына, избавила их от атавистических представлений о предназначении женщины, чтобы они сами заботились о себе и об общем быте. В письме писательницы ощутимы некоторые иронические, обидные нотки, которые указывают на ее выразительные феминистические взгляды: «Значит, пани София, описываете нам из Китая, какая Вы примерная хозяйка и жена. Главное – жена. Настолько заботитесь о «настроении» в доме, настолько стараетесь, чтобы Ваш муж вовремя получил обед и приятную семейную «атмосферу». Со свойственной Вам милой улыбкой признаетесь, что это происходит ценой Вашего литературного труда, потому что Вы не можете позволить, чтобы Ваш муж «ощутил» то, что его жена – писательница» [5, с. 312]. И. Вильде словно повторяет мысли С. де Бовуар, которая видит иллюзорность идеи раздваивания между семьей и роботой: «Роль жены и матери убивает свободу женщины» [3, с. 165]. Понятно, что феминистические позиции С. Яблонской были далеки от таких радикальных настроений, но не замечать или отрицать их было бы крайне ошибочным.

Важно подчеркнуть, что писательская работа не была единственным проявлением профессиональной деятельности С. Яблонской, поскольку путешествия вокруг света были направлены не только на вербальную фиксацию впечатлений. Неутомимая искательница приключений нашла себя в несвойственном женщинам искусстве фотографии и кинематографии: ее книги иллюстрированы собственными снимками, на которых изображены культурные особенности местности, в которой она побывала. С. Яблонская снимала эпизоды из жизни жителей экзотических стран, хотя сделать это не всегда было легко. В своих очерках она упоминает препятствия, которые ей приходилось преодолевать для реализации своих кинематографических про-

ектов: «Кроме трудностей с локальным светом, совсем отличающимся от тропического, к которому я уже привыкла, мой труд всякий раз перебивала враждебность и паника туземцев при виде аппарата. Пока я успевала поставить аппарат, убежали все живые существа, будто перед злым духом» [5, с. 218]. Такая профессия была связана с опасностью для здоровья и жизни из-за китайских суеверий: жители Юнани усматривали «нечистую» магию в действии киноаппарата и объясняли ею несчастные совпадения. Так, однажды исчез китайский мальчик, которого раньше сфотографировала С. Яблонская, что вызвало гнев общины и желание отомстить: уничтожение могло угрожать не только технике, но и ее владелице.

Таким образом, обзор жизненного и творческого пути С. Яблонской дает основания сделать вывод о том, что ее интеллектуальным поискам, становлению личностной и культурной идентичности свойственна феминистическая аранжировка. В травелогах автора отражены ее последовательные шаги в отстаивании идеи гендерного равенства: она сумела совместить не типичные для современного ей общества социальные роли, связанные с рядом вызовов, рисков и опасностей, и семейную жизнь. Вопреки тому, что в произведениях С. Яблонской отсутствует открытое декларирование феминистических мировоззренческих позиций, ее можно причислить к плеяде представительниц конца XIX – начала XX века, чья деятельность отразилась на формировании и развитии феминистического движения в Украине.

### Литература

1. Бовуар С. Друга стаття: у 2-х т. [Текст] / С. де Бовуар. – Т. 1. – К. : Основи, 1994. – 390 с.
2. Влах М. Геообразний світ мандрівної літератури Софії Яблонської: сучасна візія [Текст] / М. Влах // Вісник Львівського університету: серія географічна. – 2019. – Вип. 53. – С. 70–84.
3. Павличко С. Фемінізм [Текст] / С. Павличко. – Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. – 322 с.
4. Приймак І. Специфіка художньої прози С. Яблонської в літературному процесі доби [Текст] / І. Приймак // Актуальні проблеми філології та перекладознавства. – 2018. – Вип. 14. – С. 176–182.
5. Яблонська С. Листи з Парижа. Листи з Китаю: подорожні нариси, новели, оповідання, есеї, інтерв'ю [Текст] / С. Яблонська. – Львів: ЛА «Піраміда», 2018. – 368 с.

**Аннотация.** В статье рассматривается отражение феминистических установок в сборнике травелогов украинской путешественницы С. Яблонской. Проанализированы факты ее жизни и творчества, которые свидетельствуют о симпатии к идеям гендерного равенства. Акцентированы особенности авторского мировоззрения, проявляющиеся в стремлении к изменению представлений о роли женщины в обществе. Сделан вывод том, что С. Яблонская внесла огромный вклад в развитие феминистического движения в Украине в первой половине XX века.

**Ключевые слова:** травелог, феминизм, гендерное равенство, мировоззренческие установки, идентичность, социальная роль.

**Abstract.** The paper examines the reflection of feminist views in the collection of travelogues of the Ukrainian traveler S. Yablonska. It considers the facts of her life and literature activity showing interest to the ideas of gender equality. The study highlights the specificity of the author's worldview manifesting itself in the aspiration to change the ideas about the role of women in society. The analysis makes it possible to draw a conclusion that S. Yablonska made a considerable contribution to the development of feminist movement in Ukraine in the first half of the 20<sup>th</sup> century.

**Key words:** travelogue, feminism, gender equality, worldview concepts, identity, social role.

**Анотація.** Мақалада украин саяхатшысы С.Яблонскаяның саяхатшылар жинағындағы феминистік қатынастардың көрінісі қарастырылған. Оның өмірі мен жұмысының фактілері талданды, бұл гендерлік теңдік идеяларының ұқсастығы туралы куәландырады. Әйелдердің қоғамдағы рөлі туралы идеяларды өзгертуге ұмтылуда көрінетін автордың дүниетанымының ерекшеліктері баса айтылған. С.Яблонская XX ғасырдың бірінші жартысында Украинадағы феминистік қозғалыстың дамуына орасан зор үлес қосты деген қорытындыға келді.

**Түйін сөздер:** саяхатнама, феминизм, гендерлік теңдік, идеологиялық көзқарас, сәйкестілік, әлеуметтік рөл.

Гейбл-Кравц П.

**Использование брендовых образовательных героев  
в качестве катализатора для усиления мотивации  
к обучению для детей младшего и среднего школьного  
возраста на примере положительных персонажей франшизы  
по преподаванию английского языка – EFU**

Международный Детский Университет дополнительного образования по английскому языку или EFU, **English Friendly University**, далеко не сразу получил свое брендовое имя. Наше образовательное учреждение прошло через несколько названий, и одно из них было English Froggie University. Почему именно Froggie? Скорее всего, выбор пал на него, как на одного из персонажей нашей первой настольной игры, которая так полюбилась нашим студентам.

Для тех, кто впервые встречается с нами, краткое пояснение.

**English Friendly University – что это такое? Это инновационное учебное заведение (центр дополнительного образования) для детей от 4х до 12 лет. Участие в работе университета позволяет нашим юным студентам:**

- овладеть базовым английским и его продвинутым деловым вариантом
- научиться думать, как завтрашним бизнесменам – и делать это на английском
- поднять уверенность в использовании английского языка как языка международного общения

Для достижения этих задач УНИВЕРСИТЕТ использует:

- малые классы (до 10 – 12 чел.)
- четкую обучающую программу
- систему наставничества (старшие дети помогают младшим)
- нетрадиционные уроки и домашние задания
- контакты с действующими компаниями
- строго выстроенная, но мотивированная система обучения
- Образ Профессора ФРОГГИ, образовательного персонажа
- И даже свободный курс для родителей, где обсуждаются вопросы: «Зачем учить иностранный язык, почему именно английский, почему именно теперь, как помочь ребенку научиться

учиться и др.» Здесь мы хотим привести размышления нашего партнера из Флориды (США), Мисс Елизабет Фортун. Вот что она пишет: “Что собой представляет Professor Froggie, что он может быть интересен многим (миллионам) современных детей? вспомните наших Чебурашку, Зайца, Дюймовочку, Электроника – они были героями нашего времени. А кто может быть сегодня героем и почему? Может ли им быть наш профессор? Чем же он уникален? Подумаем вместе.

- Свой университет для детей?
- Серьёзность?
- Взрослость?
- Игра на будущее?
- Проявление творческих возможностей детей (рядом со взрослыми энтузиастами)? – пишут книжки, защищают проекты? Учатся монетизировать свои умения, знания и навыки?
- Выработка WOW эффекта у детей?
- И всё через Global English?

И далее она продолжает:” Сегодня, как никогда раньше, мы нуждаемся в каком-то персонаже, герое для детей с положительным имиджем для подражания, персонаже, в котором присутствует целостность, высокие качества, разум и знания”. Движимые этой мыслью, мы пошли дальше в своих изысканиях и анализе схожих примеров. Известный во всем мире автор, бизнесмен и финансист Роберт Киосаки широко использует в своей программе финансовой грамотности для детей” Cashflow for Kids” образ Крысы. И поскольку одним из краеугольных постулатов нашей системы является поднятие мотивации у детей, приходящих к нам за английским языком, мы продолжили наши исследования и эксперименты и с гордостью и радостью признаем, что мы избрали правильное направление в самом начале пути – создать образ некоего антропоморфного персонажа с элементами человеческих характеристик, подобно диснеевскому Мики Маусу. Наш Профессор Фрогги, как и Мики Маус и Крыса у Роберта Киосаки, может говорить смеяться, плакать (но такого еще ни разу с ним не случилось!). Он “ходит” на двух ногах, использует свои лапы-руки по назначению. Также, как и у его знаменитых коллег, у Профессора Фрогги имеется своя брендовая одежда, которая уже стала узнаваемой на территории Республики Казахстан, Из-

раила и некоторых других стран: Профессор Фрогги носит, как и подобает профессору, черную мантию и черные брюки с белой рубашкой и галстуком-бабочкой. На голове – магистерская шапочка. Что особо интересно и методически грамотно и считается нашей творческой находкой, так это то, что наши дизайнеры придумали сделать с задней стороны головы профессора два углубления для руки и большого пальца, ребенка или учителя. Это методическое добавление к образу Профессора Фрогги несколько не повредило его академическому статусу, а лишь привнесло в его образ больше пользы, детской любви и популярности. Таким он и запечатлен в нашей торговой марке. Сегодня Профессор Фрогги является официальным талисманом нашего Детского Университета, нашим главным учителем, всеобщим другом и помощником, родоначальником ВСЕГО, что придумано нами и детьми.

Формула Детского Университета Профессора ФРОГГИ:

*Сегодняшние дети + ENGLISH + Профессор Фрогги =  
= завтрашние успешные профессионалы.*

То есть мы представляем Университет, заинтересованный в развитии английского языка у детей. Только в УНИВЕРСИТЕТЕ ПРОФЕССОРА ФРОГГИ сегодняшние дети учатся думать на английском как завтрашние профессионалы. Это совершенно новый подход к образованию. Сотрудничество с Университетом обогащает всех участников – учеников и их семьи, учителей, спонсоров, добровольцев. И еще – у Профессора Фрогги есть мечта. Вот прочтите: «Пожать руки\лапы МИЛЛИОНА детей\лягушат») на планете, тех, кто хочет заговорить на английском свободно!» С чего начать? Можно к нам прийти осваивать английский. А можно начать самостоятельно: напечатать или написать слова, которые вам нужно усвоить\освоить и повесить их на видном месте в доме – на холодильнике, скажем. И все! Учить даже не надо! Само пойдет в голову! Мимо проходит ребенок – посмотрит. Еще раз проходит – опять посмотрит и прочитает. И родителя научит. Кстати, это один из элементов нашей программы, придуманный Профессором, называется 24 x 7, то есть 24 часа ежедневно и еженедельно! Работая вот уже около 20 лет (фактическое время существования Профессора в нашей жизни) мы инкорпорирова-

ли и придумали множество лайфхаков, разнообразящих и облегчающих задачу преподавателя на уроке и вносящих некий элемент легкости, необычности, даже сказочности, деловитости и творчества в жизнь класса. И мы щедро делимся ими с нашими последователями!

Вот некоторые из них.

1. Все сказанное на уроке учителем воспринимается как слова учителя, а с добавлением “Профессор Фрогги сказал\думает\считает\полагает и т.д.” звучит уже несколько по-иному.

2. Широко используемый в маркетинге прием “Подержи игрушку!” тоже активно используется нашими педагогами. Вначале дети принимают Профессора Фрогги действительно КАК игрушку, позже, хорошо познакомившись с ним и его достижениями, они начинают уже относиться к нему КАК к члену команды, другу, успокаивающему элементу, хранителю ... Легче от этого всем – и учителю, и родителю, и самим ученикам. Мы много раз были свидетелями, как не только малыши, но и студенты средних классов держат на уроке в руках или самого Профессора (и тогда разгорается спор – кому он сегодня помогает?), или одного из многочисленных братьев или сестер Профессора, которых у него множество... И дети утверждают, что прикосновение к мягкой, нежной флизилиновой шкурке помогает усваивать материал, снижает стресс при боязни говорить при всех на пока еще чужом языке.

3. У Профессора Фрогги в нашем Университете существуют и местные деньги, названные в его честь – фроллары, которые смогли приблизить к пониманию финансовой грамотности не одно поколение наших учеников.

4. А для того, чтобы студентам было легче тренироваться в финансовых вопросах, он открыл Первый Зеленый Банк Профессора Фрогги.

5. При Университете существует Издательский Дом Профессора Фрогги, и в нем уже издано более сотни книг, книжек и методических пособий.

6. Профессор Фрогги САМ пишет книги, и все, что делается, придумывается и происходит у нас, осуществляется под грифом ПРОФЕССОР ФРОГГИ.

7. У нас открыта студия FROG TV, Professor Froggie TALK SHOW, Professor Froggie TikTok.

8. Профессор является замечательным лингвистом и фонетистом. Судите сами. Выступая, скажем, с лекцией на FROG TV, студент, естественно, будет волноваться. Но стоит только взять Профессора и начать говорить, вставив свою руку в отверстие сзади его головы, как и страх улетучивается, и идеи прибавляются, и речь льется, как горный ручеек...И ошибки, которые вполне естественны – это и не его, ученика, ошибки, а...Профессора Фрогги!

9. Существует у нас и свой брендовый фэйковый ресторан “THREE FROGS”, где Профессор Фрогги иногда изобретает необычные блюда со своими учениками, и Фрогбургер – одно из их изобретений!

Мы видим, что как-то вдруг придуманный нами образ маленького хулиганистого лягушонка, робко сидевшего на кувшинке и боявшегося даже квакнуть, при поддержке нашей коллеги и консультанта из Флориды Мисс Елизабет, стал потихоньку превращаться в именитого профессора! И вот он уже расшифровал свое имя таким образом и мы даже и не заметили, как очеловечили игрушку...

Знакомьтесь: это я- Froggie. Мое имя-сокращение от

F – Fantastic

R – Realization

O – Of

G – Great and

G – Glamorous

I – Ideas in

E – English.

На русском языке это немного по-другому, но все равно звучно:

Фантастическая Реализация Гениальных и Волшебных Идей в Английском.

И я, как автор и создатель, люблю его, сержусь, когда его называют лягушкой, а не Профессором Фрогги, а язык, на котором он говорит, лягушачьим, а не Froggish))... Ну, а меня долгое время на всех бизнес – встречах в Израиле так и звали – Женщина с Лягушкой.. И вот тут до меня дошло – ведь мы создали бренд, сами того не заметив...

Ну, вот на этой радостной ноте я и закончу. Приходите, господа, в воскресенье на воскресный обед с любимыми блинчиками Профессора Фрогги, пальчики оближете!!

В завершение хочется поблагодарить ваше уважаемое издание за предоставленную возможность поделиться с вашими читателями нашими находками на ниве освоения английского языка детьми младшего и среднего возраста в вашей стране. Будем рады, если данная статья привлечет больше последователей к нашему Профессору!

### **Наша литература.**

Некоторыми из них уже пользуются наши студенты в Израиле и Казахстане, как например, “My First EFU Dictionary”, “Quest Games”, “Froggies Go To School”, “Modern English For Modern Children”, “Little Froggie”, “Modern ABC For Modern Kids”, “My Own Mini-Book”, “I Want To Be A Guru”. Кроме того, создано очень много настольных игр для освоения английского языка. А еще больше книг, книжек и игр для детей “стоит в очереди” и дожидается своего часа... Есть у нас и сценарии для серий мультфильмов на английском языке для детей, интересующихся писательством и бизнесом, есть и целый театр больших интеллигентных образовательных героев, которые с радостью помогают Профессору Фрогги выполнять его светлую миссию.

**Аннотация:** Автором Гейбл-Кравц Паулиной анализируется использование брендовых образовательных антропоморфных героев (игрушек) в учреждениях дополнительного образования, как в офлайн сфере, так и в онлайн формате на примере преподавания английского языка по системе EFU. Автор также делится достижениями творческого коллектива Детского Университета совместно с учащимися. В статье также проанализирован ряд преимуществ в использовании подобных персонажей и дан ряд идей по их инкорпорированию в учебный процесс.

Целью данной статьи является рассмотрение использования больших образовательных героев\персонажей для усиления мотивации к освоению английского языка. Кроме того, в данной статье мы хотим поделиться с коллегами рядом наших находок и рассказать об успешном опыте организации внедрения таких персонажей в канву занятий.

**Abstract:** The author Geible-Kravts Paulina analyzes the use of branded educational anthropomorphic characters (toys) in institutions of additional education, both in the offline sphere and in the online format, using the example of teaching English through the EFU system. The author also shares the achievements of the creative team of the Children’s University together with the students. The article also analyzes a number of advantages in using such characters and gives a number of ideas for their incorporation into the educational process.

УДК 159.922

**Rakhmetova R., Irgebayeva N.M.****Psychological readiness of young people  
of Kazakhstan to create a family****Introduction**

One of the most important milestones in human life is a natural process, when it comes to maternity, to build up a family and to maintain continuity. The goal of each parent is to consider the fact that the majority of the juvenile children have the opportunity to create a family and work for the wellbeing of the nation, to continue the generation and to realize it. The Law of the Republic of Kazakhstan “On State Youth” states that young people aged 14-29 are considered youth, providing conditions for education, employment and self-sufficiency. “The family is based on the Code of Marriage and Family. For marriage (matrimony), a man and a woman, who are married must be voluntarily and fully consented and full of marriage age. Marriage age shall be eighteen years for men and women. Responsibility for the creation of a family is related to the fact that the quality of the subject is high. The state will help juvenile citizens to create a family, to bring up children, and to work for the sake of society. The so called “Year of Youth” in the Republic of Kazakhstan in 2019 is the main indicator of care for young people. In addition, it is planned to introduce new opportunities for housing in the country as part of the 7-20-25 program for each family, “Improving the accessibility and quality of higher education, and increasing students’ dormitories, to improve the situation “. programs are implemented and implemented all over the country. All of these activities are supported by the state on the intellectual development of young people in accordance with the ancestral will, improvement of their competitive personal qualities. The main aim of writing articles on the psychological readiness of young families is to pay attention to the various obstacles and difficulties encountered during family life, to draw the attention of the youth to the deep understanding of the main activities of the family and their mission in this life. The union of two persons is not only the issue and solution of these two subjects, but it is also an indication of

the dynasty, nationality, and glory. Creating a family requires everyone to control their own freedoms and feelings and to be responsible. The goal is to provide psychological training in the responsibility of young people to build a family, to consciously act in the family, to achieve consciousness and to achieve dreams and goals, to understand the ways of mutual understanding, mutual respect.

In the article, a young person's obligation to create a family is to make sure that the family is not the only thing that matters. In the Kazakh language, the proverb says, "My home is homeless, and there is a man in the house" is related to the discussion of the problems in this family. If there is a goal, there is a problem. Our ancestors began the psychological training of early childhood (genealogy and genetics of both sides) after the son of the nation had built up a family and headed for the head (after two). Just as the overall development of human personality is the same as the development of sexual behavior. Hence, he plays a role in the history of a particular historical society, where he lives and develops. Thus, by identifying psychological readiness of young people to create a family (specially designed questionnaires) and on the basis of its indicators it is possible to increase psychological literacy of each age, to have psychological concepts and self-organization, to cultivate behavior, to overcome crisis situations arising from the early stages of psychological identity, hearing and understanding the other person is to pay attention to training. Of course, these issues will be material for later articles.

The most pressing consequences of the family problem, the way to reduce divorce is to consider the issue of a healthy lifestyle and development of the society, if it is studied and based on the psychological readiness of every age to develop a conscious attitude to family life.

Questionnaire for psychological readiness for family setting (prepared for 15 questions and 16 questions) for Kazakh youth.

Indicators of the questionnaire were processed by means of comparison, parametric evaluation.

The article №AR05134319 / GF was developed within the framework of the project "Prospects of demographic development of regions of Kazakhstan within the framework of Mangilik Yel".

### **Main part**

Under the flag of Independence Kazakhstan is implementing the project "Mangilik Yel". Strategy "Kazakhstan – 2050" is a modern-

ization path that provides a comprehensive growth [1]. The role of the family in the implementation of the Mangilik Yel project is unusual, as the family is the primary part of the society, the first structure. In this regard, we consider the level of psychological readiness of the state for the youth of the country, the essence and significance of the family in human life, and the sense of responsibility and responsibility of its creation, which is the starting point for the development of the personality of the family.

According to official statistical data of statistical data in the field of youth policy, the number of young people in the republic in 2018 (14-29 years) – 3,900,834 million [2]. Formation of the family, its further sustainable development, generations, and educating the generations of conscious citizens are the basis of sustainable development of the state.

According to the Statistical Committee of the Republic of Kazakhstan in 2017, men aged 18-28 years – 91 298 marriages, respectively, 1 105 794 married women respectively. During the 7 months of 2017 among the youth 55 877 marriages (women) and 46 420 marriages (men) are registered.

The divorce rate among men (18-28 years) is 11,446. The divorce rate among women (18-29 years) is 17,855 people [3]. These indicators testify to the deterioration of the psychological readiness of young people to create a family. Everyone is aware of his / her responsibility to his / her parents, society, and his / her own free will as a result of his early stages when he is born.

The main mechanism of the state's steady development and survival is the psychological training of each person in certain stages of development, the desire to satisfy his natural and spiritual needs, the solution of the problems encountered in various communication situations.

We believe that the wealth of the state is the responsibility of the citizenship of every citizen, serving the birth of a younger generation in the family beginning with the child, and the social and cultural development.

The family is a small group consisting of marriages, kinships, an important form of personal life organization and social community. [4,412].

The family creates an idea of a person who expects, loves, understands and protects a person. A “family” that embodies the manifesta-

tion of a holistic view of the human family. The basis of personality qualities is formed in the family.

The overall livelihood of the entire family, its relationship with the economy is the main problem of the social sphere of the state. However, the main constituent of the formation of a civil democratic state is the youth. No one can abide by the law of nature. In the world everything grows, changes and develops. Since the nineteenth century, many countries have been able to start a sustainable population accountability and to have concrete analyzes on it.

The family is a subject of research in many areas of science: philosophy, sociology, politics, economics, psychology, pedagogy, etc. Each branch of science explores the history of family history, development stages, goals, structure, functions and responsibilities in their fields.

Directions for studying the family have their own peculiarities. For example, family as a social institution (organization) examines it as a small group in domestic relationships. If a family is viewed as a social institution, it is closely related to sociology issues, and its socio-psychological issues are considered as a small group.

Family is a social institution that regulates relationships between certain social norms, sanctions, behavior, attitudes and duties, spouses, parents and children [5,27]. Continuous services many: personal, social, economic, spiritual, etc.

Childhood education of children is the proximity of people who contribute to the formation and development of relationships between family members, kinship relationships, mutual matrimony, everyday life. The advantage of family education is that in that relationship, no form of education can replace it.

Social institute is a combination of social norms and rules, social roles and statuses, which are created to satisfy the interests of people, perform certain socially meaningful functions, have historically established, strengthened, self-sustained social interaction, the type of organized association of accessible people. That is, any socialist social institution that describes behavior and behavior of people la. The Institute (the “institute” in Latin means “set-up”) is a set of social behaviors and relationships that have a consistent, sustainable, self-sustaining process of meeting people’s most important needs.

The main objective of social institutions is to meet vital needs. The issues and needs of the Family Institute include:

- public values (love, relationships with children, family life);
- public procedures involved in addressing demographic issues (care for children, care for their health, family status and responsibilities);
- the roles and roles of the family are interrelated (roles and statuses of the father and mother, father, mother, child, adolescence, siblings and grandparents in the family [6,131].

In society, private social institutions are based on ancient times. The main concepts used as a family social institution are: 1) public needs, needs, needs in marriage; 2) social activities of the family; 3) rules and price values in family relations; 4) Family patterns of different types (type), etc. [7,47].

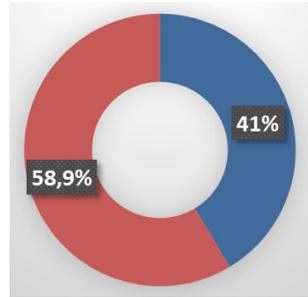
The family functions with certain functions, such as public institutions. Family Function (Activity) is the activity of the family and its members, the activity of living. With respect to the family of the Company, the family is treated with respect to the person and the family's services. In this regard, family activities can be divided into social (community) and individual (with respect to persons). Family activities are closely linked to the needs of the family, the needs of the individual and the socio-economic situation of the family. So in the process of changing the nature of the service, the hierarchy also changes. Article 10 of the Code of the Republic of Kazakhstan dated December 26, 2011 № 518-IV On Marriage and Family, the marriage is defined as an age eighteen years for men and women. “[8] In this regard, research was conducted to determine the psychological readiness of young people aged 21-25 and young people between the ages of 26-30.

In order to determine the psychological readiness of young people to form a family of young people, with the participation of the students of the specialty “Psychology” Turan-Astana conducted questionnaires with 15 questions from young people aged 21-25 and 16 questions with young people aged 26-30, the current issues of this age were examined. The survey covered 400 young people from all regions of the country. The results of surveys conducted by youth aged 21-25 years are as follows:

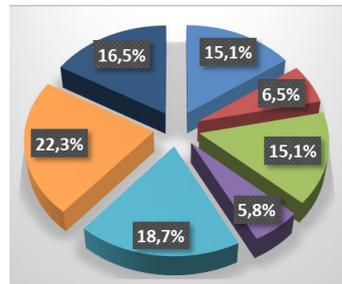
As shown in Figure 1, 41% were rural, 58.9% urban youth. 34.8% of them have secondary education, 22.5% have special secondary education and 22.5% have higher education. About 5.5% of respondents were married, and 85.9% were still unmarried.

The main peculiarity of this age is that only 5.5% of young people are married. This figure indicates that currently the age of the family is 18 years. 85.9% of the respondents are still unmarried. We believe that this is due to the fact that young people between the ages of 21 and 25 have the main goal: to get a profession, to find their place in the social sphere and to prepare for future life. The answer to this question is to clarify the answer to the question “If you do not form a family, specify the three main reasons for it.” 15.1% of them did not have housing, 6.5% did not have stable (job) income, 15.1% did not have the opportunity to get acquainted with girls, boys, 5.8% in urban areas (18.7%) % said that I needed to improve my financial situation, 22.3% said that I was responsible for the family, 16.5% did not have a choice. That is, the reasons that make up the decision to create a family indicate that the present-day youth has a high level of self-esteem and a broader focus on decision making. Nonetheless, 16.5% of respondents said that this is “another” and that this is a complex issue in the family. These responses show that young people are now responsible for building a family, focusing on the needs and meeting the needs of family.

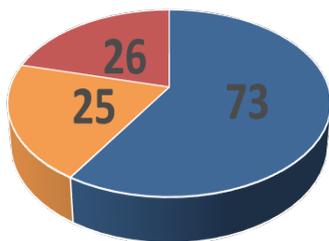
It shows that 58.8% of the respondents said they would like to have a family, and 20.2% said they cannot say 20.9%. Figure 3 shows that 58.8% of young people understand the role of the family in society, and secondly, through the creation of their own family, to achieve the goal of increasing the population of the country in the world space, as well as the family itself, a strong supporter, shows that he understands the defensiveness, counsel, and relief that he seeks to overcome and remove from the negative influence of various external forces. In Kazakhstan, we can see that the wisdom of this young



**Figure 1** – shows the place of residence



**Figure 2** – shows the answer to the questionnaire, “If you do not create the element, indicate the three main reasons for it”.



(indicated by the number of people in the graph)

**Figure 3** – is a chart of replies to the question of whether you want to create a page.

man is not the same as “there are no two heads without two.” 20.2% of respondents said that “I cannot say”, and 20.9% say “no”. These indicators show a lack of confidence in youth’s ability to engage with society. That is, we think that psychological training is not enough.

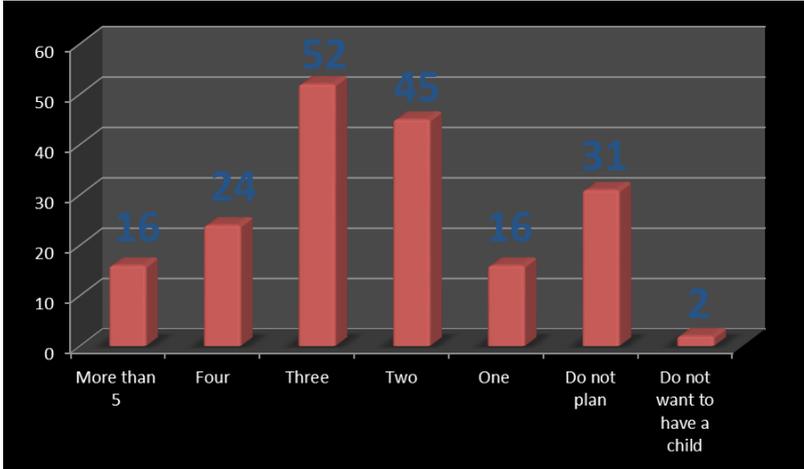
In the analysis of the question of how many children in your family are you in the future survey, 27.9% of respondents prefer to have three children, 24.2% have two children, 8.6% have 5 and more children, and 1.1% would not want to. The following conclusions can be drawn from these answers: The fact that 16% of respondents show 4-5 children shows a desire to add to the modern demographic policy – patriotic feelings and descendants. The majority of respondents, that is, 52% of the respondents, show that they attach great importance to the family’s repopulation, household-economic, educational, social, psychotherapeutic services. 31% of respondents think that they do not care about this issue. Overall, 2% of respondents in this age group were “totally unwilling” to be children. Representatives of this group are unable to fully appreciate the role and value of the child in the family, as well as to the fact that loneliness is a way of life that does not take into consideration the influence of the person. We conclude that “it does not want to be childish” yet, that the family can not realize its role and importance in society.

Our research is a well-known sociologist, I. B. At the beginning of the third millennium, Bestuzhev-Laadan was proved to be a lonely man, a single-parent, and a divorce [9,23].

How would you like your own family to be in the future? 78.7% of legal marriages; 6.6% of families can also be married; 3.8% have a free loneliness rather than family responsibilities; 2.2% without a marriage, but with a child; 8.7% of respondents said that they were not.

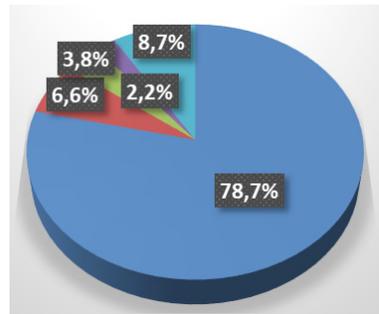
78.7% of the respondent’s desire to marry is reflected in the understanding of young people in terms of national tradition, as well as on the whole generation. However, I would like to create a family with 6.6% civil marriages, 3.8% want to be free of family responsibilities

– 2.2% without marriage, but the presence of a child, and -8.7% of respondents say that in the context of modern globalization reflects the influence of world effects.



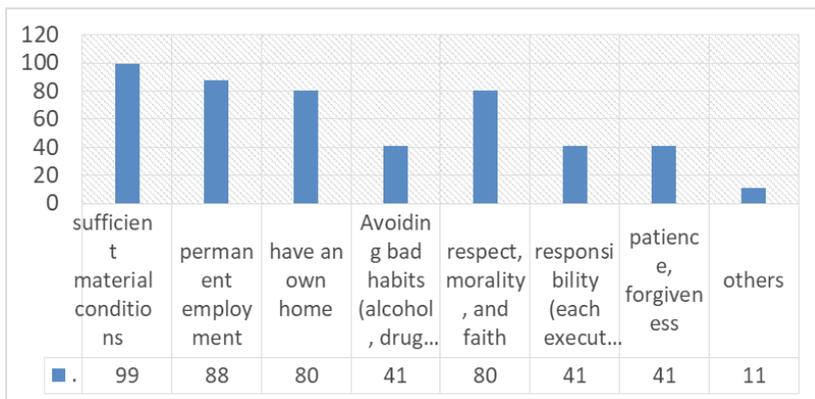
(indicated by the number of people in the graph)  
**Figure 4** – How many kids in your family would you have in future?  
 The answer to the questionnaire is

Figure 6 shows “What is needed to keep family stability? , 20.6% have sufficient material conditions, 18.3% have permanent employment, 16.6% have their own home, 8.5% have a bad habits (alcohol, drug addiction, etc.) , 16.6% expressed respect, moral, trust, 8.5% responsibility (each fulfilling its duties), 8.5% patience, forgiveness, 2.3%. Of course, the survival of the family needs to be material enough. However, the preservation of the family created spiritual riches, knowledge, self-control, and quality of behavior. 8.5% of respondents think that avoiding bad habits (alcohol, drug addiction, etc.) is the main evidence that there is a problem among young people



**Picture 5** – How would you like your own family to be in the future? The answer to the questionnaire is

in society. It means that young people are in society who do not care about the development of their personal qualities.

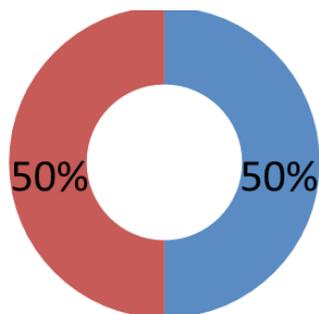


(indicated by the number of people in the graph)

**Figure 6** – Chart of answers given to young people aged from 21 to 25 years on the question “What is needed to maintain family stability?”

As Figure 7 shows, 50% of respondents aged 26-30 were rural, 50% urban. 14.8% of them have secondary education, 27.8% have secondary education, 57.3% have higher education.

65% of the survey respondents were married, and 34.9% were still unmarried. These figures show that the number of family members increases due to age. We believe that the increase in the number of families during this period is related to age. At present, girls have reached the age of 28, and men are in the age group of 30-35 years. That is, finding a single job, a life partner, and building a family are perceived by society as a model of Western culture. However, this age is associated with the conscious understanding of the limitations of biological possibilities in the generation of the younger generation.



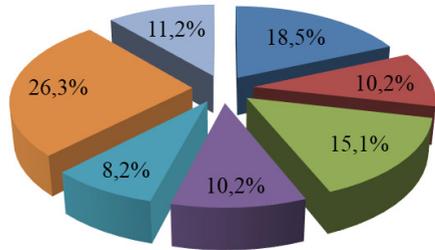
**Figure 7** – Chart of residence of youth aged 26-30

If you do not create a family, the answer to the three main reasons for this is that I am responsible for 26.3%

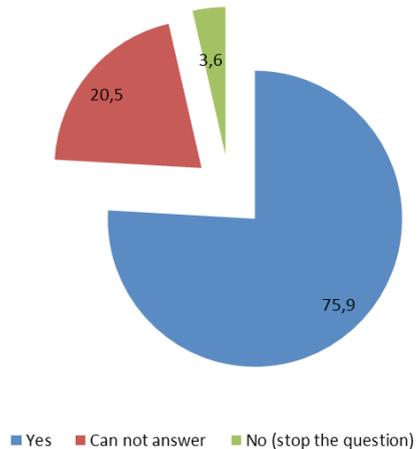
of families, no choice, 10.2% do not have a permanent job, 18.5% lack of housing, 15.3% , the high demand for the guys, the less likely to be acquainted with the city (village) 10.2%, the 8.2% – the need to improve their financial situation, and 11.2%. Of the respondents, 26.3% of respondents say that their responsibility to set up a family is high, and that my choice of choice is a matter of particular concern to personal qualities – humanism, education, attitudes, respect for people, humility, and care. At a young age, the choice shows a high demand. 8.2% have a tendency to improve material welfare, which puts material wealth ahead of young people.

Figure 9 replies that 75.9% of respondents said “Do you want to get married?” And 20.5% say “3.6%”. The answer to this question is that 75.9% of young people answered yes, but 20.5% say “can not say” or 3.6% say “no”, indicates a lack of psychological readiness for their family, low self-esteem.

Figure 10 illustrates how many children in your family will be in the future? 25.7% of respondents indicated that they had three children, 14.4% had four children, and 26.7% had two children, and five and older – 11.8% , 0.5% said they did not want to have children at all. Of the respondents, 7% said they wanted to have three children, and 26.7% said they had two children. Of course, we believe that along with the social and economic capacities of the society, the responsibility of young people for the upbringing of their children and

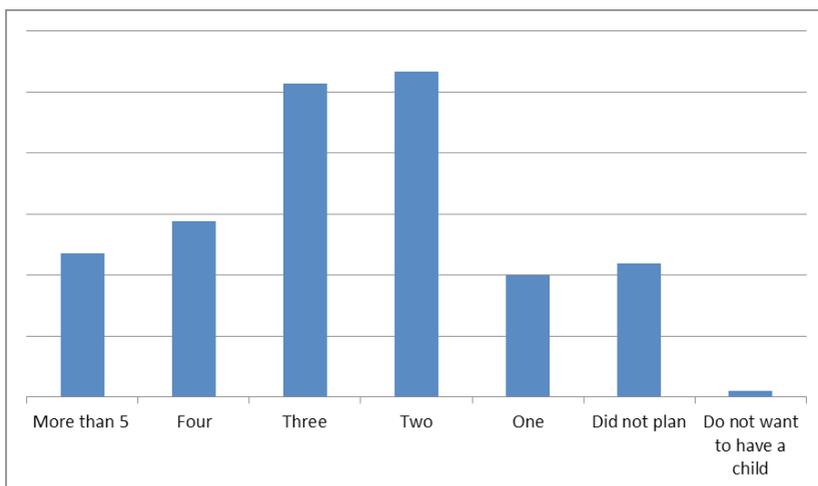


**Figure 8** – Diagram of responses to the question “Did you create a family, specify the three main reasons for it?”



**Figure 9** – A chart showing the question “Do You Want to Build a Family?”

the organization of their normal life. Planning the number of children in the family is related to the development of science and technology, which is associated with the creation of conditions for the full development of children. At the same time, it should be noted that 0.5% of respondents do not want to have a child. Undoubtedly, the lack of opportunity for childhood, despite the limitations of health, reflects the predominance of these selfish views.



(indicated by the number of people in the graph)

**Figure 10** – A diagram of a questionnaire that you would like to know how many children in your family will be in the future

### **What is needed to keep family stability? Show three main things?**

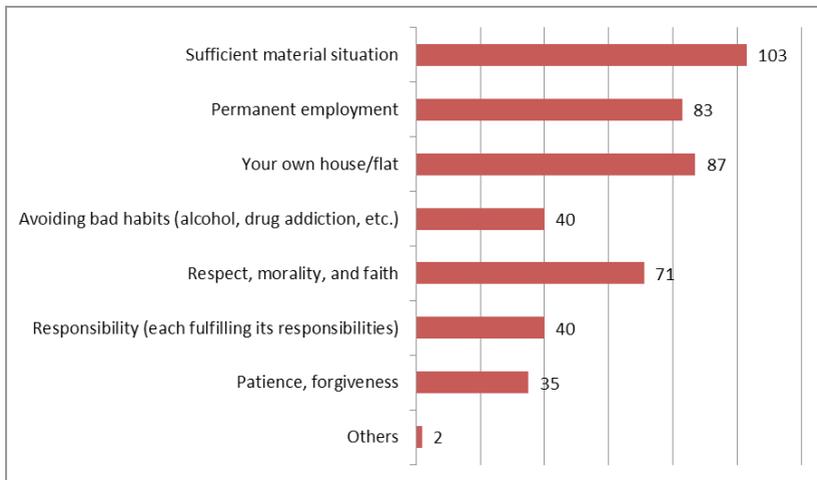
18.3% of the respondents said that they had 22.3% of the population, 18% had permanent jobs, 18.9% had their own housing, 8.7% said that they did not have a bad habits (alcohol, drug addiction, etc.), 15.4% moral, trust, 8.7% responsibilities (each fulfilling its responsibilities), 7.6% patience, forgiveness, 0.4% other responses.

The relative indices of the answers to the two ages are shown in Table 1 and in Histogram No. 1. Differences between the ages 20-25 and 25-30, which are “essential and essential to maintaining family stability”

Table 1

What is needed to keep family stability? Show three main things?	21-25	26-30
sufficient material situation	20,6%	22,3%
permanent employment	18,3%	18%
your own house/flat	16,6%	18,9%
Avoiding bad habits (alcohol, drug addiction, etc.)	8,5%	8,7%
respect, morality, and faith	16,6%	15,4%
responsibility (each fulfilling its responsibilities)	8,5%	8,7%
patience, forgiveness	8,5%	7,6%
Others	2,3%	0,4%

Table 1 presents the reasons why young people between the ages of 20-25 and 25-30 are required to maintain family stability.



(indicated by the number of people in the graph)

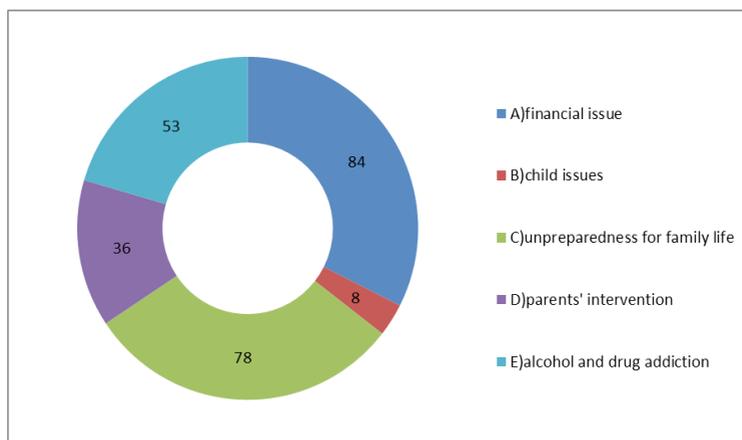
**Histogram №1** – differs from the reasons why young people between the ages of 20-25 and 25-30 are required to “maintain family stability.”

The main difference in the answer to the question of whether young people in these younger age have to maintain the family’s sta-

bility is to demonstrate the main three, which relates to the availability of housing in the family's stability. Because most of the respondents aged 26 to 30 years old have a family problem, since they have been affected by the lack of shelter in practice. The main problem of family welfare is directly related to the availability of housing. Because a significant proportion of the income goes to a leased home, the pressure on the family's financial support is increasing. There is a problem of shortage, borrowing from another, or getting a loan from a bank. Percentage of bank loans complicates the material and economic situation of young families and destroys their future life expectancy. This question plays a crucial role in family relations and stability.

The number of married people between the ages of 21 and 25 years is small (5.5% of families are married, 85.9% are still unmarried). Therefore, those who do not feel the need to have their own shelter in the family's home are mostly young people who live with their parents.

Another interesting questionnaire in the age from 26 to 30 years: Factors leading to divorce are as shown in Figure 11: 32.4% of those surveyed have financial issues, 3.1% – child issues, 30.1% – unpreparedness for family life, 13.9% – of parents' intervention, 20.5% – alcohol and drug addiction.



(indicated by the number of people in the graph)

**Figure 11** – Factors leading to divorce

Divorce, family crisis is a psychological disadvantage for society, family members, and children. Certainly, its own reasons need to be thoroughly investigated. For example, F.Mamashbaeva. The book *The Psychology of Crisis* states that “The Family Crisis is the result of the old behavior in the family’s systematic functioning and adapting to the new situation and the inability to master it. The family crisis is as follows:

1. Infringement of the structure of the family: danger of living, its content and failure of relationship;
2. Considering the possibility of transition to a new phase in family activities.

Family crises at the micro-system level: roles in the family structure, conflict, disruption of the hierarchy, prolonged coincidence (N.V. Malyarova, S. Kratochwil, Z. Rosenthal, M.J.James, V.A. Sisenko , G. Natateis) is apparent [10,73].

The family crisis seems to be at the macroeconomic level: the activation of the family legend, non-compliance with the hierarchy, the inner and outer boundaries of the family members, destruction of the tradition, the inappropriate behavior of the family and the inadequacy of the old family norms and the lack of a new model.

The shortcomings in the psychological training of young people in the family show that they need to pay attention to the knowledge that connects the theories of psychology and the practical aspects of life that shape their conscious views on this issue.

The concept of “group homogeneity” and “ego homogeneity” [11,21] in the theories of the epigenetic theory of E. Eriksson, the representative of humanist psychology, in the stages of man’s life and psychoanalysis at the early stages of his life, should be included. Epigenesis shows the relevance of thinking. Indicators of our study reveal the essence of the shortcomings that young people face when they come to know and recognize psychological concepts and realize them in their lives.

### **Conclusion**

In the history of mankind there is no other social institution that could serve the family. The role of the family in personality development L.S. Vygotsky proved that “the development of the child is in the process of communicating with adults”

The rapid development of the Society in the 21st century is the result of the achievements of civilization in science and technology, globalization, the functioning of the global information network and has a great influence on the cultural and spiritual development of every nation or state. The preservation and further development of the material achievements requires the development of the individual, the spiritual development of each nation. Without it, it is impossible to preserve the unity and to live peacefully with the agreement. Being an Eternal Country “The Spiritual Renaissance” is linked to the concept of introducing a scientific language into national traditions that determined its place in the field of history. Humanity raises the level of personality and cultural level by conscious learning of traditions, values and culture by raising public awareness. In the modernization of the society and the state, traditions and values, research in the field of culture constitute a family, which is the primary unit of the state, and have a deep sense of responsibility.

The role of the family in the implementation of the «Mangilik Yel» project is unusual, as the family is the primary part of the society, the first structure. Without family, it is impossible for the society, the nation, or the state to survive and develop without its participation in demographic development. Understanding the importance of this is one of the main goals of each age after life.

Our study of the psychological readiness of our youth to create a family reveals that preparing young people for family life is a topical and complicated issue that requires constant revival of human consciousness. Our research in this direction will be continued.

### References

1. From the Address of the President of the Republic of Kazakhstan to the People of Kazakhstan. January 17, 2014 // Egemen Kazakhstan. January 18. 2014 year. 1-3 p.
2. Law of the Republic of Kazakhstan on the state youth policy from February 9, 2015 № 285-V RK RK [Electronic resource] // Log in: <http://adilet.zan.kz/eng/docs/Z1500000>
3. Data of the Statistical Committee of the Republic of Kazakhstan 2017 // Entry procedure: [stat.gov.kz/faces/.../homeNumbersPopulation?\\_afriLoop](http://stat.gov.kz/faces/.../homeNumbersPopulation?_afriLoop).
4. Psychology: Encyclopedic Dictionary / Senior Editor. BŪ Jacob. – Almaty: «The Encyclopedia of the Kazakhs», 2011. – 624 pages.
5. Andreeva G.M. **The Social Academy of the Russian Academy of Social Psychology**. 2012-256 p.

6. Russian-Kazakh dictionary of terms of civil society – Almaty, 2007. – 154b.
7. Akhtayeva NS Social psychology. Almaty: Kazakh University, 2015. – 475 p.
8. National (matrimonial) and family Code of the Republic of Kazakhstan from December 26, 2011 № 518-IV Code of the entry: <http://adilet.zan.kz>
9. Bestuzhev-Lada IV Social Forecasts. Course Lecturer – М.: Педагогическое общество России 2002. – 392 с.
10. Bizakova F., Mamashbaeva Sh. «Family Crisis Psychology»: Study Guide. Astana: Follyant, – 2010. – 232p.
11. Ericson E. Identity: Junk and Crisis: Пер. сангл. / Общред.ред. and предсл. Tolstykh A. B. – М.: Publishing group «Progress», 1996. – 344 p.

**Abstract.** Preparing young people for family life is one of the key issues of its formation and development. Family is one of the state institutions that performs many functions with the sustainable development of society. The problem of psychological training of Kazakhstan's youth for the creation of a family requires advance support through the psychological literacy of young people and their responsibility in this direction. In the literature, the notion "psychological preparation" is defined as a complex individuality. Youth responsibility defines the level of psychological readiness for family formation and its further development. In recent years the number of divorces has increased in the country. In the era of globalization, the study of how young people find a strong, harmonious union with other people and how to maintain it throughout their lifetime. Young families, especially the state, need support and research from the researchers.

The article outlines the results of the research aimed at identifying the psychological readiness of Kazakhstan youth.

**Key words:** youth, family, marriage, research materials, questionnaire

**Аннотация.** Жастарды отбасылық өмірге дайындау – оны қалыптастыру мен дамытуд қоғамның дамуының негізгі мәселелерінің бірі. Отбасы – қоғамның тұрақты дамуымен көптеген функцияларды орындайтын мемлекеттік институттардың бірі. Қазақстан жастарын отбасын құруға психологиялық дайындауда жастардың отбасы мәселелері туралы психологиялық сауаттылығын жетілдіру және олардың осы бағыттағы жауапкершілігіне баса назар аударуды қажет етеді. Әдебиеттерде «психологиялық дайындық» ұғымы күрделі даралық сапа ретінде анықталады. Жастардың жауапкершілігі отбасын құруға және оны одан әрі дамытуға психологиялық дайындық деңгейін анықтайды. Соңғы жылдары елде ажырасу саны көбейді. Жаһандану дәуірінде жастардың басқа адамдармен берік, үйлесімді одақ табуын және оны бүкіл өмір бойы қалай сақтау керектігін зерттеу аса өзекті мәселелердің бірі болып отыр. Жас отбасылардың аяғынан тік тұрып кетуінде мемлекет тарапынан қолдаумен қатар, жан жақты зерттеуді талап ететін іргелі мәселенің бірі.

Мақалада қазақстандық жастардың психологиялық дайындығын анықтауға бағытталған зерттеу нәтижелері көрсетілген.

**Түйін сөздер:** жастар, отбасы, неке, зерттеу материалдары, сауалнама

**Психологическая готовность молодежи Казахстана к созданию семьи**

**Аннотация.** Подготовка молодежи к семейной жизни, ее становления и развития – один из ключевых вопросов современного мира. Семья – один из государственных институтов, который выполняет множество функций по обеспечению устойчивого развития общества. Проблема психологической подготовки казахстанской молодежи к созданию семьи требует заблаговременной поддержки через психологическую грамотность молодых людей и их ответственность в этом направлении. В литературе понятие «психологическая подготовка» определяется как комплексная индивидуальность. Ответственность молодежи определяет уровень психологической готовности к созданию семьи и ее дальнейшему развитию. В последние годы в стране увеличилось количество разводов. В эпоху глобализации изучение того, как молодые люди находят прочный, гармоничный союз с другими людьми и как поддерживать его на протяжении всей жизни. Молодые семьи нуждаются в поддержке со стороны государства, и всестороннего изучения со стороны исследователей.

В статье представлены результаты исследования, направленного на выявление психологической готовности казахстанской молодежи.

**Ключевые слова:** молодежь, семья, брак, материалы исследования, анкета.

**Romanenko Y., Pivovarov K.,  
Kutashev I., Zhukova I.**

## **Features of the European Union cooperation in the framework of the partnership programs for civil society development**

### **Introduction**

The civil society plays a key role in promoting democracy, human rights and the rule of law, as well as sustainable socio-economic development. The European Union provides active support to the civil society in the Eastern Partnership countries in all the sectors of cooperation and identifies targeted assistance to strengthen the role of the civil society in the political dialogue, strengthen its ability to monitor the implementation of agreed commitments by the governments, and build the capacity for networking at the local and regional levels [1]. Therefore, studying the European experience of the partner civil society development programs is one of the topical scientific issues, since in today's conditions support for the public sector is an integral part of any form of the social relations, and in particular the establishment of a partnership between the state, the local authorities and the public. In the process of development of human civilization, civil society at all stages of its formation was an integral part of a complex mechanism of relations between people and the state. After all, the state and civil society, as social systems, have much in common. The modern state and civil society in the institutional sense are two indivisible elements of social self-regulation, which in a democracy can not exist without one. Therefore, in today's conditions, the formation of a democratic legal state in Ukraine requires effective interaction of state structures of all levels and institutions of civil society.

At the same time, in Ukraine, the process of public policy development is not yet sufficiently transparent, and the activity of the authorities is not always clear to the public. In addition, the secrecy of power from the public, especially when making state-management decisions is a significant inhibitory factor in the path of democratic transformation. Although modern Ukrainian legislation already provides certain

opportunities for effective interaction of public authorities with the public, the forms and means of this interaction need to be constantly updated and further refined. In particular, as the President of Ukraine said: «Becoming a European country means fully embracing the European spirit of political freedoms, fair competition and equality of opportunity, something that is called the open access system, and the European countries went to it for centuries. We have to go through this path for a maximum of ten years «

### **Relation with the works of other investigators.**

The activation of the research on the implementation of the European integration path of Ukraine is a reflection of the globalization processes that take place in the area of establishing the partnership programs for the civil society development. **The trends in the development of interaction between the state and the public sectors in the context of globalization are highlighted in the publications of individual authors, namely: O. Babinova, V. Bakumenko, I. Bidzyura, M. Holovaty, N. Dragomiretska, J. Kalnish, A. Kolodiy, A. Krutiy, N. Nyzhnyk, O. Semyorkina, O. Radchenko, E. Romanenko, V. Rebkalo, Yu. Surmin, V. Tertychka, I. Chaplay and others.** These developments are a definite manifestation of the impact of the globalization transformations on the integration processes of the interaction of various elements of the public administration on the use of accumulated knowledge and experience around the world.

### **The aim of the article.**

Is to investigate the peculiarities of cooperation of the European Union within the framework of the partnership programs of the civil society development.

### **Presentation of the main research material.**

The Eastern Partnership is a joint initiative of the EU, the member states and partner countries aimed at building and strengthening the relations with each individual country of the partnership, an individual approach to the development of relations. The Eastern Partnership is developing in four areas called Multilateral Platforms, which reflect the four main areas of cooperation between the partner countries and the EU: “Democracy, good governance and stability”, “Economic integration and alignment with EU policy”, “Energy Security”, “Contacts between the people” [2].

The Eastern Partnership has been a powerful impetus for expand-

ing EU engagement with the civil society in the region, with the involvement of the civil society organizations in the political dialogue and support for the civil society in all the sectors of their activities. At the same time, the EU has increased its financial support to the civil society organizations through the European Neighborhood Program Civil Society Fund, in order to strengthen the role of the civil society in the reforms and democratic transformations. **The European Neighborhood Civil Society Fund** was the first program aimed directly at supporting the civil society in the European neighborhood. The main objective of the Fund, which was established in 2011, is to strengthen the capacity of the civil society organizations, to enable them to contribute to transformation and become a real player in the democratization process. This is achieved by increasing their contribution to the development of the strategies, as well as further development of their human rights, monitoring capabilities and contact capacity.

The Fund provides financial support to the Secretariat of the Civil Society Forum, as well as its working groups. **It also funded the project “Civil Society. Dialogue for progress”**, that aims to strengthen the capacity of the civil society organizations in partner countries. **In addition**, the Fund supports projects at the regional and bilateral levels. These projects relate to different areas of cooperation. The results of the grant projects implemented by the civic organizations range from improving the living conditions of the vulnerable groups to raising the potential of the civil society for the budget analysis and public expenditure tracking to check their transparency and compliance with the needs of the citizens.

In our opinion, the key aspects of the Fund’s activities are:

1. Advancement of the principles of transparency and accountability – Self-regulatory initiatives are usually aimed at promoting transparency and accountability as well as improving internal management, administration and effectiveness of the organization of interaction between public authorities and self-government bodies;
2. Increasing trust from donors and the general public – adherence to standards of transparent and accountable activity creates a positive image of organizations in the eyes of grantors and the general public;
3. Participation of stakeholders / creation of coalitions – Given the fact that the norms of self-regulation are being developed jointly, the process of their adoption stimulates the development of cooperation

between the institutes of civil society organizations and the authorities that take part in this. It allows participants to define general principles and values, as well as solve problem issues;

4. Effective management – the use of a system of standards and transparent management processes can help achieve previously defined goals. A detailed assessment of the activities of self-governing institutions in accordance with certain parameters helps to identify shortcomings and improve the quality of management in general.

At the same time, the potential of the analytical and expert environment of public organizations, trade unions, employers' organizations in shaping the content of state policy remains insufficiently realized. In our opinion, such cooperation should provide for a regular public assessment of compliance with the declared standards and principles for the assessment of public-management activities. However, it is important that the mechanism for such an assessment is not timed and does not complicate the access of the general public.

In most of the country, the creation and formation of civil society has a number of problems that are important both for society and for the state. These tendencies are development: to the lack of transparency, secrecy and bureaucracy in the activity of executive authorities and local self-government bodies, instead of establishing an effective dialogue with society; the imperfection of the current legislation creates artificial barriers for the establishment and operation of civil society institutions; the mechanisms of public participation in the formation and implementation of public policy are not properly implemented; the tax burden does not stimulate the activity and development of civil society institutions and their support by domestic charitable organizations; most civil society institutions do not have access to state financial support and domestic charity support; the capacity of civil society institutions to provide social services to the population is not used.

In 2011-2013 the Civil Society Fund supported more than 100 organizations in all 6 Eastern Partnership countries with projects earmarking nearly 40 million euros from the EU [3].

Areas of cooperation of the European Union within the framework of the partnership programs of the civil society development:

1. Public information and dialogue:

- civil society;
  - gender issues;
  - freedom of the mass media and the information society.
2. Economic development and market opportunities:
    - economy and trade;
    - employment and entrepreneurship;
    - agriculture and rural development;
    - institutional development and good governance;
    - governance, rule of law and human rights;
    - security, cross-border cooperation and border administration.
  1. Transport message, energy efficiency and resource saving:
    - transport;
    - energy and energy efficiency;
    - environment and climate change.
  4. Mobility and people-to-people contacts:
    - migration and mobility;
    - youth, educational and vocational training;
    - culture;
    - research and innovation;
    - health care;
    - national minorities [4].

Particular attention deserves a wide range of modern European scholarship grant programs [5]:

1. "DAAD". Within the framework of this program there is the possibility of receiving scholarships by the representatives of the creative (music, design, architecture, fine arts, cinematography, acting, directing, choreography), other specialties that have received a diploma of specialists and masters (bachelors) no more than 6 years ago. They are given the opportunity to take an internship in one of the universities in Germany. The scholarship is about 750 euros a month [6].

2. Under the program Countess Marion Denhoff envisages a scholarship for young journalists who are fluent in German at the most advanced level. Such participants are provided with the opportunity to complete a two-month internship program in the editorial office of one of the mass media in Germany. The scholarship is 3 800 euros.

3. As part of the program of the National Museum of Berlin projects supported by the collections and activities of the scientific centers of the National Museum of Berlin are supported. This opportunity is

given to young scientists and museum workers, namely to spend from one to three months in a research residence on the territory of the museum. The scholarship is 900 – 1 200 euros.

4. “Falling Walls”. The program provides scholarship to journalists and bloggers who are interested in science, write about it. Another requirement is the availability of 3 years of experience in this area. The candidates are given the opportunity to roll over to all the events organized by the Falling Walls Fund in Germany, including at a conference in Berlin [7].

5. “Fabrica” program. The Research Center and the Fabrica studio in Italy invite the representatives of creative professions – architects, graphic designers, musicians, writers, directors, photographers, journalists, animators and others. [8].

6. “Gaude Polonia” program. Scholarship for cultural and artistic workers (artists, writers, translators of Polish literature, musicians, cinematographers, art critics, museum workers), which provides for a six-month internship in the cultural institutions of the Republic of Poland.

7. “International Visegrad Fund” – a program that provides scholarships for students and researchers. They can represent countries such as Belarus, Armenia, Azerbaijan, Georgia, Moldova, Ukraine, and have the opportunity to study or conduct research on any specialty in universities of the Visegrad countries (Czech Republic, Hungary, Poland, Slovakia) for a period of 5 to 20 months.

8. Program of the Finnish Center for International Mobility. Within the framework of the program scholarships are allocated to young scientists, researchers of all specialties. The candidates are offered to undergo an internship at the universities in Finland. The duration of the program – from 3 to 12 months. The size of the monthly scholarship is 1 500 euros [9].

9. “Estofilus” program at the Institute of Estonia. Scholarships are foreseen for the researchers interested in learning the Estonian language and culture. The program lasts 5-10 months, which are held by the participants in one of the research institutions in Estonia.

10. “Ford Foundation: JustFilms” – deals with social justice projects.

11. “Nextpix / Firstpix Crowdfunding Grant”. Provided for novice directors who have already begun to raise funds for the film through any crowdfunding platform.

12. “Horizon 2020”. The program that is the largest in the history of the European Union. It concerns research and innovation, with a budget of around 80 billion euros, which is designed for 7 years (2014-2020). It supports a wide range of activities – from research to demonstration projects and innovations that are already ready to enter the market.

13. “Seeing through photographs”. Free six-week online photo education course from the Museum of Contemporary Art (MOMA). The Museum of Contemporary Art (MoMA) launches the “Seeing Through Photographs” program, its first massive online course for the general public, available on the Coursera platform. Using works from a large collection of the museum as a starting point, the course teaches the participants the critical view of photography through the various ideas, approaches and technologies used in their creation [10].

14. The new “Erasmus+” program aims to support activities in the field of education, training, youth and sport for the 2014-2020 period.

15. European cultural foundation (ECF). Within the limits of this program it is planned to allocate travel-grant that covers transportation costs (250-700 dollars). The program aims to support all the types of visual and expressive arts: music, theater, dance, film, documentary, photography, design, fashion, and more.

16. Applications for two research residency programs (Italy). «UNIDEE” – The University of Ideas has launched an experimental educational program that combines theory and practice in harmony with the aim of exploring the interactions between the culture and arts and society. From 2016 the focus of the program came in three main themes: research, ability and change. The applicants who meet all of the following requirements can apply: professional activity in the field of creativity (artists, researchers, writers, curators, etc.) in any sector, in any country of the world; fluency in English; submission of all the necessary documents together with the application, in the correct form and in due time [11, 12].

17. The Visegrad Fund Program accepts applications for small grants [13]. **The International Visegrad Fund is an international organization** founded by the governments of the Visegrad countries (V4) (Czech Republic, Hungary, Republic of Poland, Slovak Republic). The Fund provides several grant programs, as well as individual scholarships, postgraduate scholarships and artistic residences. The

grant is intended to support original projects in the field of culture, science and research, youth exchanges, international cooperation and promotion of tourism, as well as in other priority areas specified in the applications and placed on the site of the fund.

### **Conclusion**

Therefore, the mechanism of interaction between civil society and the state in different countries of the world is very diverse. But the obligatory components of it can be considered the presence of: democratic legislation, separation of powers, the activities of the legal opposition, public-political pluralism. As an example of European practice, we can conclude that the best opportunities for the formation of interaction between the state and civil society are present in democratic regimes. Furthermore, we can state that the EU countries attract extremely many development efforts and the further formation of the civilian potential not only within their borders.

### **Bibliography**

1. Portal "EU Neighbors". <https://www.euneighbours.eu/ru/east/eu-in-action/civil-society>.
2. Romanenko, Ye. O. & Chapliay, I. V. The essence and peculiarities of the system of service marketing in the mechanisms of public administration. Current problems of the economy: Scientific Economic Journal, 2016, 12, p. 81-89.
3. Civil society: the basis of the Eastern Partnership. [https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2017-08/PP%20Civil%20Society%20RU6\\_0.pdf](https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2017-08/PP%20Civil%20Society%20RU6_0.pdf).
4. Proceedings for the "Eastern Partnership Summit" Summit on 24/11/2017. <http://www.consilium.europa.eu/en/eapsummit/>.
5. Culture EU-Eastern Partnership Programme. The project funded by the European Union. <https://www.culturepartnership.eu/article/vnimanie-granti>.
6. Site «DAAD». <https://www.daad.de/de/>.
7. Site «Falling Walls». <https://falling-walls.com/fellowships/science-journalists>.
8. Site «Fabrica». <http://www.fabrica.it/>.
9. Site «Studyinfinland». [http://www.studyinfinland.fi/tuition\\_and\\_schola](http://www.studyinfinland.fi/tuition_and_schola).
10. Site «Seeing Through Photographshttps». <http://www.coursera.org/learn/photography>.
11. Call Research Residency 2016. [http://www.cittadellarte.it/unidee/userfiles/docs/opencalls2016/UNIDEE-Research-based-Residency\\_Open-Call-2016.pdf](http://www.cittadellarte.it/unidee/userfiles/docs/opencalls2016/UNIDEE-Research-based-Residency_Open-Call-2016.pdf).
12. Murashko, M. I., & Nazarko, S. O. Virtualization of educational services market. Actual Problems of Economics, 2015, 166(4), p. 289-293.

13. Ryzhykov, V. S. Economic culture: Historical aspects, analysis and development prospects in the conditions of economic relations of the market type. *Actual Problems of Economics*, 2015, 163(1), p. 52-58.

**Abstract.** Some directions of development of the Eastern Partnership have been analyzed, which gave a powerful impetus for expanding the interaction of the European Union with the civil society, with the participation of the public organizations in the political dialogue. The areas of cooperation of the European Union within the framework of partnership programs for the development of interaction between the state and the society have been identified and it has been proved that the civil society has become almost the only mechanism that enables the citizens to maintain control over the public sphere while protecting the autonomous sphere, which the state can not and should not influence. The features of the modern European scholarship grant programs aimed at increasing the level of diverse aspects of the society's life, realizing their interests in general and individual groups of citizens in cooperation with the state and business are determined. The social economy, the non-profit sector, non-governmental and non-profit organizations are the main areas of this activity.

**Keywords:** public administration, civil society, partnership programs for the development of the civil society, development of the Eastern Partnership, European dimension of the implementation of European scholarship grants programs.

Рузин В.Д.

### Создание нового импульса для межличностных и культурных обменов путем превращения кризисов в возможности

3-4 декабря 2020 года в Пекине, столице КНР в формате видеоконференции прошел Форум БРИКС по межличностным и культурным обменам. Тема Форума – «Поддержание открытости и инклюзивности для реализации новой культурной политики стран БРИКС и вывода межличностных и культурных обменов БРИКС на новый уровень».

Президент Евразийской Академии Телевидения и Радио Валерий Рузин выступил по видеосвязи с докладом по теме: «Создание нового импульса для межличностных и культурных обменов путем превращения кризисов в возможности».

Прежде всего я выражаю благодарность нашим китайским коллегам и друзьям за предоставленную возможность высказать свое мнение по столь актуальным вопросам, которым посвящен Форум БРИКС.

В трудные времена особенно значимы и важны объединяющие нас культурные инициативы. Переломные исторические моменты требуют концентрации действий по созданию мостов в новую реальность. Эти мосты строятся не столько на экономическом фундаменте, сколько на прочных межличностных и культурных опорах. Задача – создание мощного импульса в гуманитарной



сфере, за которым последует нарастающее расширение человеческого измерения в сторону единения, глубокой и продуктивной интеграции на основе нового мироустройства.

БРИКС в новейшей истории – неформальный альянс пяти стран – можно смело назвать историческим прорывом к неформальной институционализации многополярности современного мира.

Неоспоримое преимущество альянса БРИКС, и это признают многие эксперты, основывается на долгосрочных интересах входящих в него цивилизаций, что само по себе является мощным антикризисным фактором.

Современное мироустройство – новая реальность, возникшая как следствие глобальной пандемии, высветила разобщенность в конструкции Евроатлантической цивилизации. Ускорились процессы разобщения народов, а ведущие международные организации так называемого Запада продемонстрировали свою несостоятельность. Цивилизации России и Китая, все государства альянса БРИКС, напротив, показали готовность совместно искать пути вывода межличностных и культурных обменов БРИКС на новый уровень, закладывая тем самым прочный фундамент нового человеческого измерения в XXI веке.

Эти тенденции дают основания видеть в альянсе БРИКС единый цивилизационный процесс интеграции, который выводит на «Великую шахматную доску» мировой политики трансрегиональные форумы и объединения. Здесь формируются новая идеология многополярного мира, закладывается культурно-исторический фундамент идентичности нового века.

Особая роль в этом цивилизационном процессе принадлежит российской и китайской цивилизациям как наиболее потенциально пассионарным в условиях новой реальности.

Главная задача – способствовать формированию эффективных антикризисных тенденций развития, сделать все возможное, чтобы БРИКС обрел качество конструктора единого мира, конструктора человечества общей судьбы.

Приветствуя открытость и инклюзивность для реализации новой культурной политики стран БРИКС, мы строим механизмы вывода межличностных и культурных обменов БРИКС на новый уровень на основе общих для всех стран альянса исторических ценностей, восходящих к истории борьбы наших народов за свободу в годы Второй мировой войны.

В современных условиях существенно возрастает роль общественных организаций. Крупнейшая из них сегодня Ассамблея народов Евразии, объединившая представителей общественности более 50 стран. Ассамблея народов Евразии стала вместе с Евразийской Академией Телевидения и Радио основными организаторами крупнейших международных платформ и проектов по сохранению исторической памяти.

Это, в первую очередь, Севастопольский Международный фестиваль документальных фильмов «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ». Наши коллеги из Китая принимают участие в Севастопольском фестивале с 2008 года и особенно активно в последние 5 лет. Преодолев определенные трудности, в этом году на фестивале было представлено 8 фильмов наших китайских партнеров и коллег из Пекина, провинций Хэйлунцзян и Гуанси, в том числе фильм совместного производства Китай – Бразилия.

В Международном общественном форуме «Сохранения памяти о Второй Мировой и Великой Отечественной войнах» участвовали и выступили с докладами в мае 2019 года профессор Хэ Сулю (Mr. HE Suliu), заместитель декана Школы Телевидения при Университете коммуникаций Китая, директор Центра исследований документального кино Китая; ЧЭНЬ Хун (Mr. SHEN Hong), заместитель директора Образовательного телевидения Китая; ХЭ Шиэнь (Mr. HE Shien), председатель Пекинской медиа-группы «Синьсин» информационного агентства Синьхуа; У Сянле (Mr. Wu Xianglie), режиссер и продюсер документальных фильмов, заместитель начальника отдела документального кино телевидения Гуанси КНР; СИН Линьчи (Mr. XING Linchi), писатель, сценарист, генеральный менеджер ССТВ.

В этом году на Форуме были также представлены доклады наших давних китайских партнеров и академиков Евразийской Академии Телевидения и Радио У Цзяна и Ван Чжанхая.

Искажая правду о Второй мировой войне, Евроатлантическая цивилизация пытается управлять настоящим и будущим с позиций старого миропорядка, который нуждался в этой лжи как основы идеологии противостояния народов.

Признание правды о Второй мировой войне – это акт единения, который делает БРИКС союзом единомышленников, действующим в едином поле исторической правды. Правда нужна народам для отражения новых вызовов, в которых проявляют-

ся черты воинствующего нацизма. Общая победа в Мировой антифашистской войне способна сегодня, как ничто другое, объединить народы в борьбе за сохранение исторической памяти, противодействие возрождению и героизации нацизма. В этом одна из основ единения всех стран альянса БРИКС в создании нового импульса для межличностных и культурных обменов путем превращения кризисов в возможности.

Мы настойчиво работаем в этом направлении и хотели бы с участием партнеров из Китая и других стран БРИКС совместно противостоять Евроатлантической точке зрения на Мировую антифашистскую войну.

Эта война началась не 1 сентября 1939 года, а значительно раньше. И мы вместе должны противопоставить реальную историю евроатлантическим непониманиям и фальсификациям. Налицо недооцененность, с одной стороны, вклада Китая в победу во Второй мировой войне, с другой – попытки принизить вклад Советского Союза.

О первых победах на фронтах Мировой антифашистской войны осенью 1941 года, взаимосвязи борьбы китайского и советского народов рассказал российско-китайский фильм «У стен Москвы. Битва за Чанша». В Китае этот фильм демонстрировался под названием «Общая Победа». Сопродюсером фильма с китайской стороны выступил Сун Яоу (Mr.SONG Yaowu), председатель Северо-Восточного бюро Гонконгского спутникового телевидения, Харбин (Northeast Asia Headquarters/ Northeast Asia News Center, Hong Kong Satellite TV), профессор Хэйлунцзянского Университета Науки и Технологий. Здесь было положено начало этой важнейшей работы.

В новой реальности необходимо наращивание качества актуальных проектов на тему «Человечество общей судьбы и Мировая антифашистская война», качества, способного менять коды развития, благодаря уровню чистоты и полноты информационного наполнения.

Говоря о роли Китайской цивилизации в свете межличностных и культурных обменов, новое видение проблемы интеграции в цивилизационном поле БРИКС находится в метапространстве Великого Шелкового Пути (в виде информационно-духовной паутины), которое видоизменялось на протяжении веков, определяя содержание культурно-исторического развития во

всем мире. Считаю, что это был, прежде всего, Шелковый путь евразийской культуры. Отказываясь сегодня от слова «великий» и добавляя слово «культура», я сознательно меняю смысл понятия, пытаюсь тем самым создать новый импульс для межличностных и культурных обменов стран альянса БРИКС путем превращения кризисов в возможности.

Предлагаемый сегодня глобальный интеграционный механизм «Шелковый путь евразийской культуры» – новый тренд опережающего развития в XXI веке, который может стать прочной основой глобального партнерства общественных и государственных институтов стран альянса БРИКС.

В новой реальности контуры Шелкового пути евразийской культуры приобретают расширенные смыслы, объединяя мир путем превращения кризисов в возможности. Это выражение сопряжения идеи Нового шелкового пути и Евразийской интеграции.

Предлагаемый вашему вниманию новый вектор Шелкового пути евразийской культуры – это опора на природу духовных энергий, с которыми, как правило, работает искусство кино и телевидения. То самое неподвластное никаким ограничениям искусство, которое, как известно, формирует будущее. Сегодня этот вектор объединяет духовно-информационное пространство Китая, России, Индии, Южноафриканской Республики и Бразилии, концентрируя время прошлого, настоящего и будущего для строительства нового импульса реальности межличностных и культурных обменов во имя единого устойчивого мироустройства.

Телекоммуникации в XXI веке обретают все признаки духовно-информационных механизмов интеграции, готовых буквально стереть пограничные столбы, открывая заново целые страны, с их особым коллективным бессознательным. Говоря языком основателя аналитической психологии Карла Густава Юнга, телекоммуникации несут в себе новые архетипы мышления, способность воспринимать ранее неведомые духовные глубины иных национальных культур.

Так, например, механизмами реализации диалога культур являются международные кино и телефестивали, такие как крупнейший в России Фестиваль документального кино «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ», Сычуаньский и Цзяюйгуанский телевизионные фестивали, фестиваль в Гуанчжоу, а также Российско-Китайские Телевизионные Форумы сотрудничества. Пять т Форумов были

организованы Ассоциацией творческих деятелей телевидения Китая (СТАА) совместно с Евразийской Академией Телевидения и Радио и проведены в Пекине, Шанхае, Сиане, Москве и Севастополе. Все эти форумы, фестивали, конференции, круглые столы очень важны для общения международного профессионального сообщества и обмена мнениями не только на профессиональном, но и на мировоззренческом уровне.

Особенно важны площадки для взаимодействия молодежи, в первую очередь, творческой молодежи. С нашим участием в Крымском федеральном университете создается Институт медиатехнологий и **медиакommunikаций, на базе которого планируется создать Центр изучения документального кино.**

В этой связи нам важен опыт работы Китайского Центра исследований документального кино (China Documentary Research Center (CRDC) и возглавляемого им Консорциума документального кино, реализующего инициативу «Пояс и Путь» (the Belt-and-Road Initiative Documentary Consortium (BriDoc).

Здесь стоит упомянуть, что в 2019 году было подписано Рамочное соглашение о стратегическом партнерстве между Китайским Центром исследования документального кино и Евразийской Академией Телевидения и Радио, Россия. Кроме того, Академия приняла участие в обзорном турне по провинциям Сычуань и Гуйчжоу для представителей СМИ и профессионалов документального кино, которое было организовано в декабре 2019 г. Китайским Центром исследований документального кино.

Приглашаем господина **Хэ Сулю (Mr. HE Sulu)** и возглавляемый им Китайский Центр исследования документального кино к сотрудничеству с Институтом медиатехнологий и медиакommunikаций на базе Крымского федерального университета.

Шелковый Путь Евразийской Культуры в наши дни включает в себя совместные проекты (теле-, кино-, интерактив-) по производству нового продукта, культурного контента. Копродукция – основной производственный принцип работы, конечная цель которой – строительство духовно-информационных мостов интеграции культур и цивилизаций.

Сегодняшний Форум «Поддержание открытости и инклюзивности для реализации новой культурной политики стран БРИКС и вывода межличностных и культурных обменов

БРИКС на новый уровень» является таким символом единства культур и цивилизаций.

В качестве результата работы данного Форума Евразийская Академия Телевидения и Радио и Ассамблея народов Евразии предлагают провести в сентябре 2021 года совместную Конференцию «Первые победы антифашистской коалиции во Второй мировой войне», посвященную 80-летию Победы под Москвой и разгрому японских милитаристов под Чанша.

**Аннотация:** В трудные времена особенно значимы и важны объединяющие нас культурные инициативы, которые строятся не столько на экономическом фундаменте, сколько на прочных межличностных и культурных опорах. Неоспоримое преимущество альянса БРИКС основывается на общих долгосрочных интересах входящих в него цивилизаций, что само по себе является мощным антикризисным фактором. Особая роль в этом цивилизационном процессе принадлежит российской и китайской цивилизациям как наиболее потенциально пассионарным в условиях новой реальности. В этих реалиях существенно возрастает роль общественных организаций, работающих в евразийском пространстве. Наиболее значимая из них сегодня – Ассамблея народов Евразии, объединившая представителей общественности более 50 стран. Ассамблея народов Евразии стала вместе с Евразийской Академией Телевидения и Радио основными организаторами крупнейших международных платформ и проектов по сохранению исторической памяти. Кинофестиваль «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ», Международный общественный форум «Сохранения памяти о Второй Мировой и Великой Отечественной войнах» и российско-китайский фильм «У стен Москвы. Битва за Чанша» – результат деятельности организаций.

**Abstract:** In difficult times, cultural initiatives that unite us are especially important and important, which are built not so much on an economic Foundation, but on strong interpersonal and cultural supports. The undeniable advantage of the BRICS Alliance is based on the common long-term interests of its member civilizations, which in itself is a powerful anti-crisis factor. A special role in this civilizational process belongs to the Russian and Chinese civilizations as the most potentially passionate in the new reality. Under these conditions, the role of public organizations working in the Eurasian space is significantly increasing. The most significant of them today is the Assembly of the peoples of Eurasia, which brought together representatives of the public from more than 50 countries. The Eurasian peoples' Assembly, together with the Eurasian Academy of Television and Radio, became the main organizers of the largest international platforms and projects for the preservation of historical memory. The film festival “WON TOGETHER”, the international public forum “Preserving the memory of the Second world war and the great Patriotic war” and the Russian-Chinese film “ At the walls of Moscow. The battle for Changsha “ is the result of the activities of the organizations.

Сарсекеева Н.К., Сейтказы Э.А.

### Основы этнопоэтики в теоретическом освещении

Этнопоэтика является одной из первооснов художественной литературы: на всем протяжении развития истории мировой литературы идет плодотворное воздействие национальной поэтики, тесно связанной с мифом, фольклором на творчество писателей. Неслучайно этнопоэтика занимает особое место и в эстетических учениях, и в разработке современной теории и истории литературы в последние десятилетия. Впервые ее идея возникла в трактате Никола Буало «Искусство поэзии» (17 век), в котором теоретик классицизма сформулировал требование местного и исторического колорита в искусстве. Этому правилу в дальнейшем последовали многие поэты, драматурги и романисты Нового времени. В англо-американской критике термин *ethnopoetics* ввел в 1968 г. Дж. Ротенберг, который вместе с Д.Тедлоком и Д.Хаймсом обосновал принципы и методы изучения поэзии американских индейцев. Уже в процессе становления этнопоэтики как научной области произошло расширение ее предмета за счет ближневосточного и еврейского фольклора, несколько позже – устного творчества других народов.

В 2000-е гг. это понятие вошло в энциклопедические словари на английском и других европейских языках, но оно до сих пор отсутствует в ряде русских терминологических словарей. Между тем в современном истолковании термин *этнопоэтика* употребляется в широком спектре значений, а сама идея этнопоэтики породила несколько ее концепций. Так, профессор Петрозаводского госуниверситета В.Н. Захаров в 1994 г. озвучил понимание *этнопоэтики* как дисциплины, которая должна изучать национальное своеобразие устного и письменного текста, описывать в категориях поэтики то специфическое, что делает национальную литературу национальной. Ее, по мнению ученого, характеризуют концепты и концептосферы, именно они формируют менталитет, выявляют культурный код национальных литератур. Анализ этнопоэтики, как полагает российский ученый, открывает большие возможности в сравнительном анализе тезаурусов разных авторов и произведений [1, 18].

Этнопоэтику как область науки характеризуют прежде всего междисциплинарные исследования, интегрирующие этнологию, этнографию, антропологию, фольклористику, лингвистику, литературоведение. В российской науке о литературе спектр употребления данного термина достаточно широк: предметом этнопоэтики являются изучение поэтики национальных литератур (Д.Лихачев, С.Аверинцев), национальных образов мира (Г.Гачев, И.Есаулов), национальных характеров, типов и жанров (Д.Лихачев), локальной традиции и региональных литератур (О.Зырянов), поэтики фольклора, этнической поэзии, шаманизма и др. Закономерным представляется и тот факт, что самостоятельными разделами этнопоэтики является изучение национальных особенностей поэтики А.Пушкина, Н.Гоголя, Ф.Достоевского, Л. Толстого, по справедливому замечанию О.В.Зырянова [2,11-14].

Весьма значительный вклад внес И.Есаулов в изучение этнопоэтики. Практически вся научная деятельность исследователя так или иначе связана с разработкой данного направления, результаты ее обобщены в его монографиях [3, 4], по инициативе ученого идея этнопоэтики была включена и в вузовский учебник «Введение в литературоведение» (М., 2004). Для казахстанской науки, по нашему мнению, постановка проблемы исследования этнокультурной специфики литературы, особенно русскоязычной, весьма актуальна, необходимость ее специального исследования диктуется всем ходом и спецификой развития литературы нашей страны ввиду того, что этнокультурный компонент является отличительным признаком любого многонационального государства, каким является Казахстан. Русский язык в Казахстане пока сохраняет за собой право оставаться связующим звеном между русской и казахской культурами.

Казахстанские русскоязычные писатели, по словам видного отечественного философа и культуролога А.Кодара, имеют возможность раскрыть русскому читателю национальный мир казахского народа, тем самым обеспечивая межкультурный диалог и обогащая его культурную и языковую картину мира, открывающего для себя специфику чужой культуры, что является актуальным при решении проблем взаимодействия разных национальных культур в современном мире [5]. Таким образом мастера слова, отражая в своих произведениях особенности культуры «другого» этноса, воспитывают у читателей толерантное отноше-

ние не только к героям своих произведений, но и к тем, кто живет с ними рядом в многонациональном полиэтническом государстве.

Использование в русскоязычном тексте слов казахского языка свидетельствует о взаимодействии двух национальных лингвокультур – русской и казахской. Заимствованные слова используются на эмпирическом, наглядно-образном уровне, что свидетельствует об интерференции на уровне восприятия окружающего мира человеком, прикоснувшимся к другой языковой картине мира. Как отмечает профессор Северо-Казахстанского университета З.П. Табакова, наибольшую сложность в этом отношении представляют поэтические тексты авторов, творящих *«на рубеже лингвокультур»* [6]. Языковая манифестация окружающего человека мира отражает особенности психического склада и менталитета человека. Ассоциативно-образная природа мышления апеллирует к опыту человека и выражает специфику языковой картины мира представителей данного региона [6, 203-204]. По мнению казахстанского исследователя, принципы этнопоэтического анализа применимы для исследования как ментальной составляющей родного языка, так и любых взаимодействующих языков, т.к. методика анализа текста так или иначе вскрывает образно-ассоциативные механизмы речи.

Национальная картина мира, национальный космос находят художественное отражение в соответствующей национальной литературе. Национальный космос иными словами – это строй мира, миропорядок, понятый и принятый нацией или национальностью. Каждый национальный мир рассматривается как единство местной природы, характера народа и его мышления. Каждый народ, в том числе казахи, видит мир особым образом и творит свой особый космос, национальное своеобразие литературы определяется этническим сознанием народа и его национальными истоками. Как пишет известный исследователь Г.Д. Гачев, *«в каждом космосе складывается и особый ЛОГОС – национальное миропонимание, логика»* [7,10]. По словам ученого, *«изучение национальной картины мира – это, прежде всего, изучение национальной культуры, представленной в ее духовном и материальном единстве»*, которую Г.Д. Гачев определяет как *Космо-Психо-Логос* [7, 27].

Если же рассматривать данную структуру понятий *Космо-Психо-Логос* предложенную Г.Д. Гачевым относительно традици-

онной культуры казахов, то, выделив определенные особенности национального сознания, можно представить процесс целостного создания национальной картины мира. Под национальной природой Г.Д. Гачев имеет в виду процесс приспособления человека к окружающей его среде обитания. По его словам, только тогда человек приспосабливается жить, когда в его сознании формируется образ данного пространства или образной картины мира. Кочевой образ жизни казахов послужил основой рождения кочевой культуры нации, и соответственно, кочевой картины мира, проявляющейся в художественной литературе, философии, гармоничной связи микрокосмоса с макрокосмосом.

По мнению ученого, главные изменения коснулись именно мировоззрения самих кочевников, их системы взглядов на природу, менталитета и своеобразия национального характера народа. В связи с этим им отмечены такие особенности кочевого сознания, которые отразились в художественном осмыслении многих писателей: восточная умеренность, толерантность, философская размеренность размышлений и незримая связь природы и человека, где не признается существование индивидуального «я», господства над природой, но особое место занимает соотнесение себя с родом и особое почитание предков. Согласно концепции Г.Гачева, склад мышления (*Логос*) обусловлен кочевым образом жизни и выражается в созерцательности мышления кочевников, которая основана на неразрывной связи кочевника с первозданной природой, космосом.

В сфере изучения этнопоэтики, по мнению В.Н.Захарова, автора данного термина, наметились две тенденции освоения национального своеобразия, в частности, русской литературы. Первая связана с выявлением фольклорных мотивов и образов, вторая обусловлена раскрытием «*православного кода*», который во многом осмысливается как центральный компонент этнопоэтики русской литературы. Между тем понятие национального образа мира, включая названные характеристики, по мнению многих исследователей, оказывается более объёмным и охватывает такие элементы художественной системы как предметный мир, хронотоп, своеобразие животного и растительного мира, обычаи, обряды и др. В частности, этнокультурный хронотоп стал предметом исследования в диссертации М.Логиновой [8].

Действительно, одной из важнейших литературоведческих категорий, способных выявить национальную картину мира и

мировидение литературных персонажей, является художественный хронотоп. Как известно, пространство и время являются категориями реальной действительности и имеют свою специфику в восприятии каждой нации. Художественный хронотоп как маркер национальной картины мира является одной из важных категорий поэтики при анализе этнокультурной составляющей литературных произведений.

Ввиду того, что национальная художественная литература специфична в освоении пространства и времени, анализ видов хронотопа будет способствовать отражению этнокультурной специфики и становится ведущим способом интерпретации национального образа мира в поликультурных художественных текстах.

В литературном тексте нередко присутствует доминанта образов-архетипов, отражающих национальное мироустройство через описание художественного пространства с помощью входящих в него пейзажных и ландшафтных (в том числе и искусственных) образов. Отметим также, что целью многих работ, посвященных изучению этнопоэтического своеобразия той или иной литературы, становится исследование мифопоэтической традиции, фольклорной этики и эстетики, бытовых реалий и их роли в формировании идейно-художественной структуры литературных произведений. Все чаще внимание исследователей-литературоведов привлекает этнокультурная направленность образно-мотивного комплекса произведений разных авторов в свете актуализирующегося междисциплинарного подхода в гуманитарных науках. Включение самобытных художественных ценностей казахской культуры в систему русской литературы обеспечивает реальный межкультурный диалог, обогащает культурную и языковую картину мира русского читателя, открывающего для себя *чужую* этноспецифику, что является особенно актуальным в свете решения проблем взаимодействия разных национальных культур в современном мире.

### Литература

1. Захаров В. Н. Идея этнопоэтики в современных исследованиях // Проблемы исторической поэтики. – 2020. – Т. 18. – № 3. – С. 7-19.
2. Зырянов О. В. Проблемно-методологическое поле современной этнопоэтики // Филологический класс. – 2019. – № 1 (55). – С. 8-15.

3. Есаулов И.А. Пасхальность русской словесности [монография]. – М.: Кругъ, 2004. – 560 с.
4. Есаулов И.А. Русская классика: новое понимание [монография]. – М.: Алетей, 2012. – 448 с.
5. Кодар А.А. Степное знание: очерки по культурологии. – Астана: Фолиант, 2002. – 208 с.
6. Табакова З. П. Этнопоэтика: предмет исследования и этнопоэтический анализ // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 7 (336). – С. 198-206.
7. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Евразия – космос кочевника, земледельца и горца. – М.: Институт ДИ-ДИК, 1999. – 368 с. – С. 10.
8. Логинова М.А. Этнокультурный хронотоп малой русскоязычной прозы писателей Казахстана конца XX – начала XXI веков: Автореферат дисс. канд. филол.наук. – Омск, 2018. – 26 с.

### **Сарсекеева Н.К., Сейтқазы Э.А.**

#### **Основы этнопоэтики в теоретическом освещении**

**Аннотация:** На основе имеющихся исследований рассмотрены составляющие этнопоэтики как области научных исследований в литературоведении. Краткий обзор трудов в этой области позволил установить, что художественный хронотоп как маркер национальной картины мира является одной из важнейших категорий поэтики при анализе этнокультурной составляющей литературных произведений.

**Ключевые слова:** этнопоэтика, русская литература, национальные образы, междисциплинарный подход, художественный хронотоп

### **Sarsekeeva N.K., Seytkazy E.A.**

#### **Fundamentals of ethno poetics in theoretical coverage**

**Abstract:** On the basis of available research, the author considers the components of ethno poetics as a field of scientific research in literary criticism. A brief review of the works in this area made it possible to establish that the artistic chronotope as a marker of the national picture of the world is one of the most important categories of poetics in the analysis of the ethnocultural component of literary production.

**Key words:** ethno poetics, Russian literature, national images, interdisciplinary approach, artistic chronotope

### **Сарсекеева Н.К., Сейтқазы Э.А.**

#### **Теориялық қамтудағы этнопоэтика негіздері**

**Андапта:** Автор қолда бар зерттеулер негізінде этнопоэтиканың компоненттерін әдебиеттанудағы ғылыми зерттеу саласы ретінде қарастырады. Осы саладағы жұмыстарға қысқаша шолу жасау әлемдегі ұлттық картинаның маркері ретіндегі көркем хронотоптың әдеби өндірістің этномәдени компонентін талдаудағы поэтиканың маңызды категорияларының бірі екендігін анықтауға мүмкіндік берді.

**Түйін сөздер:** этнопоэтика, орыс әдебиеті, ұлттық бейнелер, пәнаралық тәсіл, көркем хронотоп

Сарсекеева Н.К., Хайрушева Е.Е.

**«Бунин – это и есть Россия,  
которую отделить от него нельзя...»**

Профессорско-преподавательский состав кафедры русской филологии и мировой литературы филологического факультета Казахского национального университета имени аль-Фараби, лидирующего вуза в стране и Центрально-Азиатского региона в целом, отчетливо осознает, что профессиональное образование в условиях глобализации и интеграции тесно увязано со знанием языков. Именно поэтому на кафедре так много внимания уделяется языковой подготовке студентов, магистрантов и докторантов. Регулярно проводятся конференции, семинары, профессорские часы ведущих преподавателей кафедры на разных уровнях, посвященные актуальным аспектам методики обучения русскому языку и литературе, переведенные в онлайн-формат с учетом современных реалий. Преподаватели кафедры, работающие в национальных группах всех специальностей на всех факультетах университета, передают свои знания подрастающему поколению, хорошо понимающему, в свою очередь, необходимость быть готовыми к всестороннему международному сотрудничеству, в котором знание языков выходит на первый план.

На всех факультетах нашего университета в группах с казахским языком обучения ведутся такие дисциплины как «Русский язык», «Культура речи и языковая коммуникация» и «Профессиональный русский язык». Все обучающиеся, как правило, говорят о важности и значимости изучения русского языка, с удовольствием занимаются в аудиториях и выполняют дополнительные задания по дисциплинам. Так, на занятиях по русскому языку студенты казахских отделений изучают специфику научного стиля, его жанровые и языковые особенности, изучают теорию текста, анализируют научный текст, учатся выделять в нем основную информацию и создавать собственные вторичные тексты на основе компрессии (рефераты, аннотации, рецензии и др.).

Не лишним будет напомнить в этой связи слова великого Абая, 175 –летию которого недавно был посвящен ряд важней-

ших научных и культурно-просветительных мероприятий, проведенных в нашей стране и далеко за ее рубежом: *«Нужно учиться русской грамоте. Духовные богатства, знания, искусство и другие несметные тайны хранит в себе русский язык. Чтобы избежать пороков русских, перенять их достижения, надо изучить их язык, постичь их науку. Потому что русские стали такими, какие они есть, узнавая иные языки, приобщаясь к мировой культуре. Русский язык откроет нам глаза на мир. Изучив язык и культуру других народов, человек становится равным среди них, не унижается никчемными просьбами»* [1].

В Казахском национальном университете имени аль-Фараби уже не первый год на кафедре русской филологии и мировой литературы продолжают изучать русский язык и литературу студенты из Туркменистана, принимающие самое активное участие в работе центра «Русский язык и культура» нашего университета, которым на протяжении ряда лет руководит кандидат филологических наук, доцент Уматова Ж.М. Здесь иностранные учащиеся получают навыки ведения дискуссий на русском языке, проявляют свои творческие способности. Центр призван помочь иностранным студентам совершенствовать языковые способности, адаптироваться в новой социально-культурной среде, в том числе и с помощью проведения мероприятий, посвященных памятным датам жизни и творчества выдающихся русских поэтов и писателей.

Язык и литература тесно связаны между собой, и разединение их невозможно. Язык, по выражению А.М. Горького, *«первоэлемент литературы, материал, с помощью которого строится любое произведение художественной литературы»* [2]. Это хорошо понимают наши студенты-иностранцы, с удовольствием участвующие в заседаниях Центра, проводящихся в современных условиях в он-лайн формате с использованием возможностей современных стриминговых платформ.

Вот и очередное открытое воспитательное мероприятие «Книга жизни», посвящённое 150-летию великого русского писателя, поэта, переводчика, лауреата Нобелевской премии по литературе Ивана Алексеевича Бунина, прошло 13 ноября 2020 г. на платформе ZOOM. Примечательно, что данное мероприятие объединило представителей различных зарубежных вузов и организаций, таких как: Бухарский государственный университет (Республика Узбекистан), Наманганский государственный уни-

верситет (Республика Узбекистан), Русский культурный центр Наманганской области Республики Узбекистан. Организатором данного мероприятия выступил Центр «Русский язык и культура» КазНУ им. аль-Фараби.

Директор Центра доцент Уматова Ж.М. в своем вступительном слове отметила, что современное поколение должно быть благодарно писателю за сохранение русского языка, с которым обращался он так бережно и так тонко, словно с единственной на свете драгоценностью, давая всеми силами понять, что язык и есть наибольшее наше сокровище. Он знал это не понаслышке: разлука с родиной и эмиграция после 1917 года, ностальгия и боль привели к созданию Буниным самых ярких его произведений. Не случайно Вяч.Ходасевич, выдающийся поэт и критик литературы Русского зарубежья, отозвался о нем так: «*Бунин – это и есть Россия, которую отделить от него нельзя...*» [3].

Приветственное слово было предоставлено поэту, писателю, переводчику, журналисту, к.ф.н., доценту кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства КазНУ имени аль-Фараби Жанабаеву К.Е. В своем выступлении он рассмотрел специфику связи наследия И.А.Бунина с предшествующими традициями русской литературы, особое внимание уделил евразийской направленности произведений русского писателя.

Начатую тему далее развила в своем выступлении ведущая праздничного онлайн мероприятия студентка КазНУ им. аль-Фараби Казакова Наргила, отметив, что «самый русский эмигрант», как его нередко называли, Иван Алексеевич Бунин писал, что не принадлежит ни к одной литературной школе. Он не считал себя «ни декадентом, ни символистом, ни романтиком, ни реалистом» – его творчество действительно оказалось за пределами Серебряного века. Несмотря на это, произведения русского писателя получили всемирное признание и стали классикой. «*За строгий артистический талант, с которым он воссоздал в литературной прозе типичный русский характер*», как отмечено Нобелевским Оргкомитетом, И.А.Бунин – первым из русских литераторов – получил Нобелевскую премию в 1933 г.

Выразительно и проникновенно прозвучал отрывок из произведения Бунина «Месь», исполненный студенткой КазНУ им. аль-Фараби Абуталиповой Акботой. Продолжила праздничное мероприятие преподаватель кафедры методики начального

образования факультета дошкольного и начального образования Бухарского государственного университета Юлдашева М.М., рассказавшая о некоторых интересных фактах биографии писателя. С отрывком из поэмы «Листопад» выступила ученица 7-го класса негосударственного образовательного учреждения «Эрудит» (г.Ташкент) Мирходжаева Лайло, которая сумела передать чувства автора, зарядив слушателей на весь вечер положительными эмоциями.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры русской филологии и мировой литературы КазНУ им.аль-Фараби Сарсекеева Н.К. в своем выступлении сосредоточилась на новых аспектах изучения творчества И.А.Бунина в науке о литературе: акцентировав внимание на специфике жанров прозы писателя, отметила ряд т.н. «белых пятен» в изучении его эмигрантского творчества, рассказала о новых направлениях в интерпретации текстов «последнего классика русской литературы». Шамбазова Алсу, студентка 2-го курса направления факультета дошкольного и начального образования Бухарского государственного университета выступила с очень интересным сообщением на тему: «Листопад в жизни и творчестве Ивана Бунина», дополнив его мини-викториной по творчеству писателя. В унисон заявленной теме прозвучало стихотворение И. Бунина «Детство», исполненное студенткой КазНУ имени аль-Фараби Валимамедовой Арзув из Туркменистана, а также произведения Бунина «Красавица», «Одиночество» и др. в исполнении студентов, при этом некоторые из них читались в переводах на европейские языки.

Далее ведущая вечера предоставила слово заместителю председателя Русского культурного центра Наманганской области, преподавателю кафедры русского языка университета Мирназаровой А.М., которая проследила ряд общих черт, сближающих творчество Бунина и Л.Толстого в раскрытии образа дома. Этим выступлением и завершилась праздничная он-лайн встреча, озаглавленная «Книга жизни» и посвященная юбилею И.А.Бунина.

Вечер, посвященный И.Бунину, получился очень проникновенным и душевным. *«Чем дороже нам Бунин, тем труднее для нас становится изъяснить иностранцу, в чем заключается его значение и его сила», – писал В.Ходасевич [3].* Между тем студенты-иностранцы продемонстрировали глубокое понимание образности, изобразительных средств и особенностей авторско-

го стиля выдающегося писателя, сумели грамотно оформить и изложить собственное высказывание на заданную литературную тему. «*Одинокий человек перед Вечностью*», Бунин творил в переломную историческую эпоху и значительную часть своей жизни провел за границей. **Свою Россию он увёз с собой и сохранил её в своем сердце и творчестве – а вместе с ней и чистейший русский язык – для нас, потомков.**

### Литература

1. Слова назидания Абая Кунанбаева. Слово Двадцать пятое. Учись русской грамоте [https://www.zharar.com/rus/10730-kunanbaev\\_black\\_word\\_25.html](https://www.zharar.com/rus/10730-kunanbaev_black_word_25.html)
2. Горький М. Язык как общественное явление. РАЗДЕЛ ТРЕТИЙ <http://litena.ru/books/item/f00/s00/z0000029/st029.shtml>
3. Ходасевич В.Ф. О Бунине <http://hodasevich.lit-info.ru/hodasevich/kritika/hodasevich/o-bunine.htm>

**Аннотация:** В статье рассматривается специфика проведения литературного мероприятия в аудитории гуманитарного направления с иностранными учащимися. Обобщается опыт его проведения на примере творчества И.А.Бунина. Уточняются приемы совершенствования культуры речи студентов и вопросы выработки речевого образного мышления.

**Ключевые слова:** русский язык, русская литература, иностранные учащиеся, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, И.Бунин.

**Sarsekeeva NK, Khairusheva EE**

**“Bunin is Russia, which cannot be separated from him ...”**

**Abstract:** The article discusses specifics of holding a literary event in a humanitarian classroom with foreign students. The experience of its implementation is generalized on the example of the work of I.A. Bunin. The methods of improving the culture of students' speech and the development of speech figurative thinking are specified.

**Key words:** Russian language, Russian literature, foreign students, Al-Farabi Kazakh National University, I. Bunin

**Сарсекеева Н.К., Хайрушева Е.Е.**

**«Бунин – бұл одан бөлінбейтін Ресей ...».**

**Андатпа.** Мақалада шетелдік студенттермен бірге гуманитарлық сыныпта әдеби іс-шараны өткізу ерекшеліктері қарастырылады. Оны жүзеге асыру тәжірибесі И.А.Бунин жұмысының мысалында жинақталған. Оқушылардың сөйлеу мәдениетін жетілдіру әдістері және сөйлеудің бейнелі ойлауын дамыту мәселелері көрсетілген.

**Түйін сөздер:** орыс тілі, орыс әдебиеті, шетелдік студенттер, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, И.Бунин

Шайдулина Д.Р.

## Структура личности в философии Абая

В уникальном наследии Абая Кунанбаева феномен человека занимает центральную позицию, определяющую основные темы и направления в философском учении великого мыслителя и его последователей. Интерес философа к природе человеческого существа, сопровождаемый пронизательным наблюдением и тщательным анализом длиною во весь творческий путь Абая, увенчался формированием авторской концепции человеческой личности и учением о ее воспитании.

В философской антропологии Абая Кунанбаева человек представлен как слияние двух начал, соотношение которых может быть определено как высокий и низкий элементы, а доминанция одного из данных составляющих в процессе развития индивида будет определять характер, особенности поведения и образа жизни личности. Возникновение и существование в человеке этих личностнообразующих качеств не обусловлено внешними факторами географической, культурной или коммуникативной среды, они являются врожденными природными компонентами, присущими каждому индивиду человеческого рода. По мере взросления человека какое-либо из данных двух начал стремится к угасанию, в то время как другое, поощряемое к развитию самим индивидом, усиливается и приобретает определенную власть над человеком, оказывая влияние на свойства личности.

Первое начало полностью биологично в своей сути, оно выражает физиологические требования человеческого организма, исполнение которых обеспечивает поддержание телесного существования и жизненной активности. Абай подчеркивает его важность следующим образом: «Ребенок рождается на свет, наследуя два начала. Первое из них требует еды, питья и сна. Это – потребность плоти, без этого тело не может служить пристанищем для души, не будет расти и крепнуть» [1, Слово Седьмое]. Таким образом, философ показывает ошибочность пренебрежительного отношения к природному биологическому началу в человеке, так как именно оно побуждает индивида заботиться о своем телесном существовании, являющемся вместилищем разума.

Одновременно с телесным, физиологическим компонентом в человеческом существе наличествует и другое, более сложное и более высокое стремление, которое Абай Кунанбаев определяет как тягу к познаниям. Эта природная любознательность, внутреннее желание проникнуть в сущность законов окружающего мира и постичь бытие. Оно не возникает в человеке внезапно, но является присущим каждому от рождения и выражается в каждом проблеске младенческого и детского интереса к его небольшому жизненному миру: «Младенец тянется к ярким вещам, берет их в рот, пробует на вкус, прикладывает к щеке. Встрепенется, услышав звуки дудки или свирели. Подросши, бежит на лай собаки, на голоса животных, на смех и плач людей, теряет покой, спрашивая обо всем, что видят глаза и слышат уши: «Что это? Зачем это? Почему он так делает?»- это уже потребность души, желание все видеть, все слышать, всему учиться» [1, Слово Седьмое].

Это второе интеллектуальное начало, составляющее структуру человеческой личности, представляет собой уникальную особенность, позволяющую человеку положительно выделиться среди животного мира и совершенствовать собственную природу. Философское учение Абая Кунанбаева рассматривает умственную деятельность и познавательную активность, направленные на постижение механизмов объективного мира, в качестве фундамента человеческой личности. Мыслитель характеризует данную возможность разума к познанию следующим образом: «Не раскрыв для себя видимых и невидимых тайн вселенной, не объяснив всего себе, человеку не стать человеком. И бытие души такого человека тогда ничем не разнится от бытия иной твари» [1, Слово Седьмое].

Так формирование и развитие в каждом индивиде полноценной человеческой личности происходит посредством познавательной и образовательной практики, увеличения и совершенствования интеллектуального потенциала, в обратном случае, небрежение этой ценной и уникальной особенностью человеческого рода возвращает индивида в природную среду и низводит до животной ступени развития.

Абай со скорбью отмечает, как по мере взросления люди позволяют угасать в себе духовной потребности в знаниях, не ощущают свою врожденную любознательность и отказываются от

рационального начала, предпочитая ему следование первой, животво-примитивной биологической составляющей: «изначально Бог отличил человека от животного тем, что наделил его душой. Почему мы, повзрослев и поумнев, не ищем и не находим удовлетворения тому любопытству, что в детстве заставляло нас забывать о еде и сне? Почему мы не избираем путь тех, кто ищет знаний?».

Философ пронизательно указывает на преобладание духовно-интеллектуального начала в человеке в раннем периоде его жизни – младенчестве и детстве. Данный отрезок на каждой индивидуальной хронологической шкале человеческой жизни освещен острым интересом к устройству вселенной, постижению видимого и скрытого, определению собственного места и положения в пространстве бытия. Однако с течением времени данный движущий человеческим существом когнитивный импульс слабеет и, более того, угасает на всегда, уступая место незаметному и мало влиятельному до этого времени физиологическому началу, выполнявшему исключительно жизнеподдерживающие функции.

Человек утрачивает стремление к познанию, которое, руководя его существом в юном возрасте, определяло вектор его развития и характер желаний, индивид становится нелюбознательным и интеллектуально ограниченным, что приводит в конечном итоге к стагнации в формировании целостной личности и духовном развитии человечества. Фокус стремлений подобного индивида, подчиненного своему физиологическому началу, располагается на удовлетворении простейших потребностей организма, все духовно-познавательные порывы довольствуются поверхностным обзором и суждением по внешним признакам объекта или явления, исключая глубинный анализ и вдумчивое наблюдение, которые в свою очередь требуют времени и работы разума. Так великий Абай описывает эти пагубные леность и косность души: «нам бы неустанно ширить круг своих интересов, множить знания, которые питают наши души. Нам бы понять, что блага души несравненно выше телесных, и подчинить плотские потребности велению души. Но нет, не стали мы делать этого» [1, Слово Седьмое].

Парадоксальным в этом процессе изменения приоритетов индивида представляется преобладание духовного начала в физически незрелом человеке-ребенке и физического – в развитом,

телесно сформировавшимся индивиду, в то время как закономерным и гармонически-правильным следует быть превалированию физиологического в слабом теле, потому как первичные биологические потребности нуждаются в это время в интенсивном удовлетворении, что способно в свою очередь гарантировать полноценное развитие индивида. Это также дополняется условием ограниченности видимого жизненного мирка, который окружает ребенка, отсутствием у него большого объема знаний и опыта. С другой же стороны взрослый человек, имея куда большее, чем у ребенка, представление о бытии и организации собственной жизнедеятельности, располагая большей силой и познавательными возможностями, чем в своем младенчестве и детстве, теряет потребность в дальнейшем духовном и интеллектуальном развитии, избегает совершенствования собственной личности.

Размышляя над данной личностной трансформацией, Абай Кунанбаев дает человеку следующую характеристику: «Душа правила нами только в детстве. Повзрослев и окрепнув, мы не позволили ей повелевать собой, подчинили душу телу, на все окружающее смотрим глазами, но не разумом, не доверяемся порывам души. Довольствуясь внешним видом того, что охватывает взор, не пытаемся проникнуть во внутренние тайны, полагая, что ничего не теряем от этого незнания. На замечания и советы людей умных отвечаем: «Ты живи своим умом, а я своим проживу», «Чем быть богатым чужим умом, лучше быть бедным, да по-своему». Мы не способны оценить их превосходства над нами, не понимаем смысла сказанного ими» [1, Слово Седьмое]. Так мыслитель подчеркивает ответственность каждой отдельной личности за свой жизненный путь: выбирая приоритет духовного, индивид тем самым приближается к становлению целостной личностью, подчиняет примитивно-биологическое начало своей воле и полностью руководствуется в своей жизни разумом и знаниями, потребность в постоянном расширении которых есть одна из главных целей жизни такого человека. Отказавшийся от развития своего духовно-познавательного начала, индивид становится лишенным возможности приобрести личностную целостность, потому как, согласно философскому учению Абая, ее одновременно составляют физиологический и духовный структурные элементы, небрежение вторым из которых приводит к интеллектуальной и нрав-

ственной слепоте, тем самым приближая индивидуальное бытие человеческого существа к животному, ограниченному и костному.

Философские воззрения Абая Кунанбаева на соотношение в человеческой личности двух начал корреспондирует, однако со значительными отличиями, с иерархической пирамидальной моделью потребностей американского психолога XX века Абрахама Маслоу.

Теория Абрахама Маслоу, так же как и концепция Абая Кунанбаева, утверждает в человеке наличие движущих сил, которые могут быть разделены на две группы – физиологические (органические, биологические) и духовные (культурные) [2]. К основным физиологическим потребностям по Маслоу относятся удовлетворение первичных витальных потребностей голода, жажды и т. п.; при разделении пирамиды потребностей на две части, к ним в качестве относящихся к природным, биологическим могут быть отнесены потребность в безопасности и общности. Совокупность духовных потребностей в свою очередь включает в себя достижение личностного успеха, стремление к познанию и исследованию, желание совершенствоваться и расширять собственные знания, а также ощущение необходимости удовлетворения эстетических потребностей.

Однако в противоположность учению Абая, предполагающего параллельное и равное существование в человеке телесного и духовного начал, концепция Маслоу располагает личностные элементы органического и духовного характера в иерархической последовательности, базу которой составляют первичные витальные потребности, за удовлетворением которых следует возникновение потребностей культурного и интеллектуального направления. То есть, стремление к познанию, исследовательское любопытство проявляются в человеке только при поддержании достаточного физиологического уровня.

Абай Кунанбаев в свою очередь отмечает что от рождения духовные качества в человеке, выделяющие его из животного природного мира, очень сильны и способны заглушать основные органические потребности: «Изначально Бог отличил человека от животного тем, что наделил его душой. Почему мы, повзрослев и поумнев, не ищем и не находим удовлетворения тому любопытству, что в детстве заставляло нас забывать о еде и сне?»

[1, Слово Седьмое]. Таким образом философ подчеркивает, что интеллектуальная жажда в человеке может быть сильнее физиологической, а основной движущей силой может быть стремление к познанию и совершенствованию собственной личности.

В философском учении Абая знаниям и процессу их получения отводится ключевая позиция, поскольку именно эта деятельность лежит в основе формирования и становления индивида целостной личностью. Как было обнаружено выше, основным препятствием для духовного развития выступает предпочтение спокойного комфортного существования с большим вниманием к материальной стороне бытия и удовлетворением базовых жизненных потребностей, дополняемое пренебрежением к обществу образованных и мудрых людей, нежеланием принять опыт и знания другого человека: «на замечания и советы людей умных отвечаем: «Ты живи своим умом, а я своим проживу», «Чем быть богатым чужим умом, лучше быть бедным, да по-своему». Мы не способны оценить их превосходства над нами, не понимаем смысла сказанного ими» [1, Слово Седьмое]. Данная проблема порождается ленью ума, нежеланием изменить свой образ действий вне зависимости от его правильности или эффективности, такой индивид ведет почти автоматическое существование, его развитие односторонне происходит только с онтогенетической стороны, морально-нравственные и интеллектуальные качества остаются неизменными или, что гораздо трагичнее, претерпевают деградационные изменения.

Анализируя человеческую природу, Абай Кунанбаев отмечает и другое пагубное качество, присущее таким пребывающим в невежестве индивидам – это непоколебимая уверенность в своей правоте. Это чувство куда более опасно для личности, чем обыкновенная лень по отношению к познавательной деятельности и отсутствие любознательности и желания получить знания: «нет ни искры в груди, ни веры в душе. Чем отличаемся мы от животного, если видим только глазами? В детстве мы были лучше. Тогда мы были человеческими детьми – стремились узнать как можно больше. Сейчас мы хуже скота. Животное не знает ничего, но и не стремится ни к чему. Мы не знаем ничего, но готовы спорить до хрипоты: отстаивая свою темноту, стремимся свое невежество выдать за знания» [1, Слово Седьмое].

Такое поведение свидетельствует о желании превосходства над другими, это уже не пассивное полубезразличное отношение к миру и другим людям, но стремление выделиться среди окружающих не прилагая усилий и времени для положительной трансформации своей личности, трудного и долгого процесса самосовершенствования. Но этот ложный и низкий способ возвысится изначально обречен на неуспех, отмечает Абай: «Человек должен отличаться от других умом, знаниями, волей, совестливостью, хорошим нравом. Думать, что можно возвыситься иначе, может только глупец» [1, Слово Восемнадцатое].

В философском учении Абая Кунанбаева целостная личность предстает как достижимый образец человеческого существа, приближенный к совершенству на сколько это возможно по человеческой природе. В такой личности гармонично сочетаются два фундаментальных начала – органическое и духовное, дополняя и поддерживая друг друга. Однако в таком союзе доминирующая роль должна принадлежать духовно-познавательному началу, поскольку именно оно способно обнаружить правильный вектор формирования и развития личности, оказать положительное влияние на нее и помочь приобрести искомую целостность и универсальность.

Как было рассмотрено выше, философия Абая дает ответ на вопрос о том, как индивиду достичь этой акматической точки личностного развития и данный ответ заключается в становлении на путь познания и сохранения своей природной, врожденной любознательности и исследовательского вдохновения. Также мыслитель подчеркивает, что ценность знания и практической деятельности, направленной на их обретение, имеет не только индивидуальную значимость, но и то, что в последствии они оказываются способными положительно влиять на социум, благоприятствуя внутренним позитивным трансформациям: «искусство – вот подлинное, неиссякаемое богатство, учиться ему – самое благородное дело. Знания должны служить справедливости и отвечать требованиям закона Божьего. Человек обязан быть благодетельным и не только восхищаться благотворительностью других, но и самому неустанно творить добро» [1, Слово Тридцать Восьмое].

Таким образом, каждое отдельное человеческое существо, ступив на путь познания, вне зависимости от своего биологического возраста и трудности выбираемых задач и ставимых целей индивидом на данном пути, становится с каждым шагом все бли-

же к становлению личностью целостной, в которой органическое и духовное начало находятся в состоянии баланса, гармонического равновесия, однако при этом условием человеком отдается предпочтение духовно-интеллектуальному компоненту, закрепление за ним ведущей позиции.

Абай, размышляя о приобщении человека к знаниям, говорит, что знания могут быть добыты с искренним горячим желанием и при этом ярком стремлении охватить своим разумом все грани бытия особенно важным является необходимость осознания человеком ограниченности своих познавательных возможностей по причине его видовой природы: «не добиться истины, если в душе нет любви к ней. Человеческие знания добываются любовью к истине, жадной открытию для себя природы и сути вещей. Это не божие всезнание, любознательность и стремление к наукам дают человеку знания лишь соразмерные его рассудку» [1, Слово Тридцать Восьмое]. Тем не менее, понимание своей сравнительно с неким трансцендентным началом умственно-познавательной слабости не должно послужить источником разочарования в собственных силах и интеллектуальных возможностях, становится препятствием к осуществлению задуманного. Напротив, этот фактор должен выступить в качестве стимула для совершенствования имеющихся у человека природных данных и допустимого преодоления своих гносеологических слабостей.

Стремясь к саморазвитию и обретению личностной целостности, человеку следует помнить и об иных, основных противниках, поджидающих его на этом трудном пути. К этим препятствиям Абай относит следующие качества, свойственные человеческой природе: «Существуют три вещи, способные унижить весь человеческий род, которых следует избегать, это: невежество, лень, злодеяние.

Невежество – то есть отсутствие знаний, без которых ничего нельзя добиться; отсутствие знаний равняет человека со скотом.

Лень – злейший враг искусства; бесталанность, безволие, бесстыдство, бедность – порождение лени.

Злодеяние – враг человечества; причиняя зло другим, человек отдаляется от людей, уподобляясь дикому зверю» [1, Слово Тридцать Восьмое].

В философском учении Абая Кунанбаева унижением своей принадлежности к человеческому роду является отказ от разви-

тия из заурядного представителя человечества, усредненного индивида в целостную, универсальную личность, представляющую собой вершину природной эволюции. Имея врожденные способности к этому, человек не вправе пренебрегать ими, отказываясь от этих бесценных и уникальных качеств, выделяющих его из природного мира и дающим ему превосходство над животными. Дорога саморазвития сложна и полна трудностей, но великий мыслитель дает ответ, на вопрос о том, как можно их преодолеть человеку: «Противоядие от этих пороков – человеколюбие, желание всеобщего благоденствия, твердость духа, справедливость, глубокие всесторонние знания» [1, Слово Тридцать Восьмое].

Так, исследовав антропологические взгляды Абая, мы приходим к выводу, что личность человека составляют два структурных начала – органическое и духовное, преобладание, одного из которых определяет сам индивид, тем самым выбирая свой собственный жизненный путь и смысл существования.

#### Литература

1. Кунанбаев, Абай. Слова назидания. URL: <http://readbookonline.ru/read/41> (дата обращения: 03.12.2020)
2. Huit, W. (2007). Maslow's hierarchy of needs. *Educational Psychology Interactive*. Valdosta, GA: Valdosta State University. URL: <http://www.edpsy-cinteractive.org/topics/conation/maslow.html> (дата обращения: 07.12.2020)

**Аннотация:** статья посвящена изучению особенностей структуры личности в философском учении Абая. К фундаментальным компонентам личности мыслитель относит органическое и духовное начала, также философом определяется специфика их развития и влияния на человека.

**Ключевые слова:** казахская философия, антропология, философия личности, этика.

**Abstract:** the article is devoted to the study of personality structure peculiarities in Abai's philosophical tradition. The thinker considers organic and spiritual principles to be the fundamental components of a personality, and the philosopher also determines the specificity of their development and influence on a person.

**Key words:** Kazakh philosophy, anthropology, philosophy of personality, ethics.

**Андатпа:** мақала Абайды философиялық оқытудағы тұлға құрылымының ерекшеліктерін зерттеуге арналған. Ойшыл органикалық және рухани принциптерді тұлғаның іргелі компоненттері деп санайды, сонымен бірге философ олардың адамға дамуы мен әсер ету ерекшеліктерін анықтайды.

**Түйін сөздер:** қазақ философиясы, антропология, тұлға философиясы, этика.

## Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Abdashova P.O., Gubasheva D.T.

### History of morning shows. The structure of the morning program in Kazakhstan and Russia

#### Introduction

TV mornings on state channels usually start with morning shows. The 4-5 hour airtime begins with an interview and is filled with discussions on topical issues in society, videos of various genres and topics. In addition, there will be interesting conversations with the star guests and beautiful songs to wake up the audience. In general, the morning show has its own format and special schedule. Often used infotainment, i.e. a genre that combines entertainment programs with cognitive information.

A morning show is a special type of television program that is broadcast live in the morning (from 5:00 to 10:00) and has a number of regular genre and stylistic features. The program *The Today Show*, aired on NBC in 1952, is considered to be the founder of this television format. After that, other national TV channels in the United States began to broadcast morning programs. Each of them, E.L. As Vartanova noted, [1] “they tried to capture the audience by experimenting and offering their own version of the morning program.” This format came to Europe in the late 1980s and early 1990s. In Europe, this format is called “breakfast television” – breakfast television, and on the North American continent it is called “morning shows”. In terms of genre classification, these programs are TV magazines, so they are also called “morning magazines” [2].

The first morning show on Russian television appeared 34 years ago, in 1986, on the “First Program” of the Soviet Central Television (CT). The program was originally scheduled for 60 minutes. Then extended to 120 minutes. In 1995, it changed its name to *Teleutro*, and on January 1, 1997, to *Good Morning*. Today, morning information and entertainment programs are available on eleven channels of all-Russian TV channels (see table. 1).

Table 1

**Morning TV shows on public terrestrial TV channels: Russia**

Channel	Special morning programs	Time interval	Daily coverage, %
Первый канал	Доброе утро	05:00–09:00	10,2
Россия 1	Утро России	05:00–09:00	10
НТВ	Деловое утро	07:00–09:00	3.1
Пятый канал	Утро на 5	07:00–09:00	2.4
РЕН ТВ	С добрым утром!	07:00–08:30	2.3
ТВ центр	Настроение	06:00–08:00	1.5
Пятница!	Утро на пятнице	06:30–09:30	1.1
Мир	Доброе утро, мир!	07:30–09:00	0.5
ТВЗ	Удивительное утро	05:00–06:00	0.2
Звезда	Сегодня утром	06:00–08:00	1,1
МУЗ ТВ	Каждое утро	06:00–09:00	0.8

In Kazakhstan, the morning entertainment program «Tansholpan» was first aired on the National TV Channel «Kazakhstan» on Monday, December 14, 1992, from 7:00 to 9:00. The first report was made by Imanbay Zhubai and Laura Yusupzhanova. It is Sherkhan Murtaza's idea to call the program «Tansholpan».

Table 2

**Morning TV shows on public terrestrial TV channels: Kazakhstan**

Channel	Morning show	Time interval
Qazaqstan	Tansholpan	07:00-10:00
Первый канал Евразия	Qairly tan, Qazaqstan!	8:00-10:00
Khabar	Zhana kun	7.50-9:50
Almaty	Tangy Studio	8:00-10:00
Көкшетау Қазақстан	Көкше Нұры	07:30-09:00
Ақтөбе Қазақстан	Qairly tan Aqtöbe	07:30-09:00
Өскемен Қазақстан	Altay tany	07:30-09:00
Mangystau	Qaiyrly tan	07:30-09:00

Each channel offers its own version of the morning show, depending on the concept and brand of the channel, its market position, target audience, image.

Conceptual approach to understanding the format of the morning show J. Feuer (1983), J. Whiten (2000, 2001) and M. Panti (2005), P. Skenela (1996), Р. Дикинсон, А. Муркотт, Д. Элдридж, С. Found in the works of the leader (2001). These authors promoted the concepts of “everyday life” and “vitality” as the fundamental nature of the format of the morning show – it aimed to engage directly with the audience. [3] They are aimed at entering the daily life of TV viewers through the morning show, to communicate with the morning audience, to cheer up [4].

The rhythm of the daily life of the audience determines the “temporary” patterns of watching TV [5] and is based on the programming of broadcasting networks. The time cycles of a TV program, in particular, large time blocks (day-parts) – are divided into morning, afternoon, evening or prime time, night, depending on the needs of the audience and the purpose of the show.

Due to the low level of development of the topic, we aimed to identify the empirical, format, audience and compositional features of morning programs on the example of Russian and Kazakh TV channels. To do this, we analyzed the content of the program “Morning Studio” on the Russian TV channel “First Channel” and the Republican TV channel “Almaty”. Because these programs are currently highly rated morning shows in Russia and Kazakhstan.

### **Practical part**

**Morning broadcast audience.** The TV audience in the morning is much smaller than in the evening. According to the standards of industrial television Mediascope, one third of the population watches TV in the morning (5: 00–09: 00) on weekdays, and in the evening more than half of Russians (56%) are in front of the TV. The nature of the morning TV show also has obvious features. Sociological research shows that in the morning, the TV is often turned on as a “background” that fills the silence. Sociologists surveyed said that two-thirds of the city’s population (73%) combine television with other activities in the morning on weekdays. Therefore, viewers in the morning are less prone to dumping (switching channels) than in the afternoon or evening (45% of respondents, 57% and 53%, respectively). In other words, in the

morning the TV sounds like a radio, breakfast is turned on while going to work.

In addition, watching TV in the morning satisfies the need to “stay in society” – to be aware of the latest information, to prepare for the future and adapt. That’s why the nature of the information on the morning TV should be easy. At this time of day, viewers do not expect detailed, in-depth analysis and long and serious thinking. After all, morning TV viewers want to see a positive emotional charge to start the day in a good mood.

The composition of the morning audience of the TV differs significantly from the audience of the daytime and evening prime time (according to the electronic measurement of TV programs from Mediascope). In the morning on TV screens there are a lot of economically active and working people

#### **Composition and structure of the “Доброе утро!” program.**

The duration of the program is 240 minutes or 4 hours (from 5:00 to 9:00). During the analysis of the content, it was found that the program regularly broadcasts news and stories. The main structural parts of the program:

1. News is broadcast every 30 minutes (9 times during the program). 20% of the program’s airtime.
2. Stories on various topics. In the first hour the original plots appear. It will be repeated in the second half of the program. The duration of the original plots in various editions ranges from 51 to 61 minutes (21-25% of the program duration).
3. Driver dialogues. On average, the program takes 30-36 minutes and is 12-15% of the total time schedule.
4. Guests in the studio: they participate in many editions of the program (on average, 8 out of 10 editions). Among them are experts in various fields, show business representatives and athletes.
5. Advertising lasts 38 minutes per issue (15.8% of the total running time of the program).
6. Channel One announcements (usually concerts, movies, shows) take 7-10 minutes out of 4 hours of the program (on average 3.8% of the program’s timing).

#### **Composition and structure of the program “Tangy Studio”.**

The duration of the program is 120 minutes or 2 hours (from 8:00 to 10:00). During the analysis of the content, it was found that the

program regularly broadcasts news and stories. The main structural parts of the program:

1. Words of the presenter. Greetings, interesting information – 13 minutes. 11% of the program
2. Interview. One program will have 2 experts and 2 star guests. In the Kazakh and Russian languages. Duration: 44 minutes. 36% of airtime.
3. Quiz. Special prizes will be awarded to the spectator who sends a question to the audience and answers the question correctly. 3 minutes.
4. Stories on various topics: “Let’s discuss” a regular column on important events in society, “Know” interesting information, “Birthday” congratulations to the owners of the birthday, the events of that day in history and “The first wealth” related to health. About 30 minutes.  $\frac{1}{4}$  of the program.
5. Advertising 30 minutes.

### **Conclusion**

Thus, the analysis of scientific publications and industrial experience, as well as the results of empirical research, the morning show as a morning information and entertainment television magazine, consisting of structurally repetitive information elements (news, stories, headings, interviews with guests, etc.). allows you to determine Their thematic focus and style are related to the focus on the specifics of the morning audience and the patterns of morning TV viewing.

### **References**

1. Popova S. Morning cocktail // MediaProfi. 2010. № 10 (33). 16–20.
2. J. Whiten and M. Panty (2005: 21) Interview with Peter McHugh, Director of GMTV ITV, UK Morning Show, December 6, 2001.
3. Feuer J. (1983) The concept of live television: ontology as an ideology 12–22
4. Scannel P. (1996) Radio, television and modern life: a phenomenological approach. Oxford: Blackwell.
5. Sharikov a.v. Temporal patterns of urban television audience in Russia (the experience of monitoring research in 1994-96) 1997. № 1. 79-106.

**Аңдатпа:** Бұл мақалада таңғы бағдарламалар тарихы зерттелген. Қазақстандағы және Ресейдегі таңғы бағдарламалар құрылымы талданған.

Таңғы бағдарлама – әр адамның жұмыс күнінің басталуы мен күні бойы жағымды энергетика, көтеріңкі көңіл күймен жүруін қамтамасыз етеді. Таңдалған

тақырыптың өзектілігі адамзаттың ұйқыдан оянған бойда қабылдайтын ақпаратты саралау, таңғы ас дайындау кезінде қосулы тұратын теледидардағы бағдарламаның адам психикасына қалай әсер ететінін анықтау. Таңертен қызықты бағдарлама табу үшін пульттың батырмасымен түрлі телеарналарды шолып шығамыз. Осы мақаланың мысалында Қазақстандағы таңғы бағдарламалар несімен ерекшеленеді және шетелдік шоулардан айырмашылығы неде екенін зерттеуге тырысамыз. Зерттеу нәтижесін республикалық және өңірлік телекорпорациялардың практикалық қызметінде, “Жаңалықтар”, “БАҚ жүйесі”, “Журналистика психологиясы”, “БАҚ техникасы мен технологиясы” және басқа да салаларда пайдалуға болады.

**Түйін сөздер:** журналист, телевидение, таңғы эфир, жүргізуші, интервью, формат, бағдарлама, инфотейнмент, аудитория, контент, телеканал имиджі, сюжет, тікелей эфир, кейпкер, жарнама, праймтайм

**Аннотация:** В данной статье изучена история утренних программ, проанализирована структура утренней программы в Казахстане и России.

Утренние программы – неотъемлемая часть начала рабочего дня каждого человека. Актуальность выбранной темы связана с тем, что, несмотря на то, как будет проходить наш день, после пробуждения, во время приготовления завтрака у нас всегда работает телевизор. Мы переключаем с кнопки на кнопку, чтобы найти любимую и интересную утреннюю передачу. На примере данной работы постараемся выяснить, чем же отличаются утренние программы на телевизионных каналах Казахстана. Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности республиканских и региональных телекомпаний утренний форматов, а также в преподавательской деятельности при изучении таких дисциплин, как «Новостная журналистика», «Система СМИ», «Психология журналистики», «Техника и технология СМИ» и т. д.

**Ключевые слова:** журналист, телевидение, утренний эфир, телеведущий, интервью, формат, программа, инфотейнмент, аудитория, контент, имидж канала, сюжет, прямой эфир, герой, реклама, праймтайм

**Abstract:** This article examines the history of morning programs, analyzes the structure of the morning program in Kazakhstan and Russia.

Morning programs are an integral part of the beginning of each person's working day. The relevance of the chosen topic is due to the fact that, despite how our day will pass, after waking up, while preparing Breakfast, we always have a TV on. We switch from button to button to find your favorite and interesting morning show. On the example of this work, we will try to find out what is the difference between morning programs on the Republican channels of Kazakhstan. The results of the research can be used in the practical activities of national and regional TV companies of morning formats, as well as in teaching activities in the study of such disciplines as “News journalism”, “Media system”, “Psychology of journalism”, “Media Technology”, etc.

**Key words:** journalist, television, morning broadcast, TV presenter, interviews, format, program, infotainment, audience, content, channel image, plot, live broadcast, hero, advertising, primetime

Аукешева А.  
Научный руководитель Нода Л.П.

### Мои маленькие победы

Со школы я очень любила принимать участие в конкурсах, всегда знала, что хочу стать журналистом, поэтому проявлять инициативу стала с 5 класса. Вела школьные линейки, мероприятия, играла в КВН и отстаивала честь школы на районных и городских конкурсах, к сожалению, у меня нет грамот, они все у классного руководителя: обычно такие дипломы и грамоты подписывали для класса, не персонально.

Стала принимать участие в конкурсах в 9 классе, заняла 2 место в городском конкурсе сочинений на тему «Спасибо, мама!», через год я приняла участие в городском конкурсе сочинений, посвященном Универсиаде 2017 года и тоже завоевала 2 место.

С 2015 года я стала профессионально заниматься искусством фотографии и дважды выезжала на фотографические пленэры, два раза была капитаном команды. Тогда я впервые поняла, как сложно быть капитаном, ведь ты не просто лидер коллектива, ты ответственен за своих людей, за их работу и за них самих.

В 2017 году мы с Творческой Академией «Яблоко» выезжали в Республику Кыргызстан, на озеро Иссык-Куль, там пять дней интенсивно учились новым техникам фотографии на мастер-классах, я вновь стала капитаном команды. Было очень сложно, иногда сдавали нервы, под моим попечением был самый маленький член коллектива, мальчик девяти лет, который вечерами плакал, хотел домой и немного тянул всю команду вниз, у него не было такой скорости понимания, как у остальных членов команды, и постоянно приходилось ему помогать. Я выполняла двойную работу, объясняла все снова и снова, разбирала с ним техники фотографий и делала ему отбор, чтобы не терять баллы, и все было не зря. Моя команда получила 1 место в этом пятидневном пленэре, который назывался «Творческий прорыв». Именно тогда я поняла, что ничего невозможного не бывает, все в наших руках.

В тот же год я принимала участие в XV городском конкурсе научных работ среди учащихся школ «Туран-Junior-2017» в

секции «История, культура, регионоведение» и победила в номинации «За творческий поиск»: с преподавателем МХК сделали проект «Зарождение отечественного телевидения».

В 11 классе решила принять участие в конкурсе «Хочешь стать журналистом», который проводил факультет журналистики КазНУ им. аль-Фараби. Я писала сочинение неделю, очень переживала, что не смогу выиграть. Никому не сказав, для себя решила: если не получу диплом, то начну подыскивать другую специальность, но, к моему счастью, жюри конкурса оценило мое сочинение, и я стала победителем.

Также в 11 классе я принимала участие в фотоохоте в Парке Первого Президента, организованного Творческой Академией «Яблоко» на День города, завоевала 2 место и выиграла сертификат на 15.000 тенге, которые можно было потратить в фото клубе «Тая» на мастер-класс приглашенного фотографа или на погашение стоимости ежемесячного обучения. Я была безумно горда собой, это был мой первый и пока что единственный денежный приз.

На первом курсе в университете я стала победителем международного конкурса эссе «Мне о России надо говорить», а чуть позже, в 2019 году, сбылась моя мечта: побывала в Москве. Я стала финалистом медиафорума студенческих и молодежных СМИ «Пространство Евразии», который проводил Государственный академический университет гуманитарных наук. Прошла в финал медиапремии в номинации «Лучший студенческий фотокорреспондент» (отправляла фотопроjekt «Эхо войны»); на этом же форуме мы создали международную команду «X-10» с ребятами из пяти стран (Казахстан, Россия, Кыргызстан, Белоруссия, Армения) и стали победителями в презентации проектов. Когда я была в Москве, очень себя заважала, потому что исполнила мечту, своим трудом и без финансовой поддержки родителей, я осознала, что в состоянии воплотить мечты в реальность. Эта поездка до сих пор кажется мне сном, потому что никогда не думала, что смогу осуществить все это в 18 лет, но больше всего я стала гордиться собой, когда узнала, что на международном форуме я самая младшая. Все ребята, с которыми я познакомилась, были старше меня минимум на три года, все дни форума ходила важная и гордая, что мне только 18, а я уже финалист международного мероприятия.

В апреле этого же года моя научная статья о ювенильной журналистике в Казахстане была напечатана в Материалах международного молодежного форума «Ломоносов-2019», который проводил Московский Государственный университет им. М.В. Ломоносова, и сбылась моя вторая мечта: я побывала на факультете журналистики в МГУ. Когда я зашла внутрь за сертификатом о моем участии, не смогла сдержать эмоций, я не просто оказалась там, где всегда мечтала учиться, я пришла сюда за сертификатом и материалами научного форума. В голове крутилось столько мыслей, я была как в тумане, помню только, что никогда не была так счастлива, как в тот момент. Я стояла на той же лестнице, по которой когда-то ходил Владислав Листьев, до сих пор вспоминаю этот момент с придыханием, у меня перехватывает дух.

На втором курсе получила первое место в республиканском конкурсе «Если писать о войне», который проводили Россотрудничество, КазНУ им. аль-Фараби и республиканский журнал «Открытая школа», в номинации «Эссе среди студентов» и создала проект «Сквозь поколения», посвященный 75-летию Победы. Весь второй семестр я записывала подкасты в радиорубке университета, подбирала фотографии, составляла тексты к фото и отправила свой проект на конкурс «Победа языком новых медиа» в Москву, прошла в финал и должна была лететь на награждение и прохождение мастер-класса в Москву, но из-за пандемии коронавируса конкурс перевели в онлайн формат, и всем финалистам подарили месяц обучения предмету «Инструменты интернет – коммуникаций» на базе Высшей Школы Экономики. Весь сентябрь 2020 года вечерами изучала предмет, в октябре успешно сдала финальный экзамен, и теперь у меня есть удостоверение о повышении квалификации в одном из лучших вузов СНГ, и это только начало моей карьеры.

Все эти дипломы, сертификаты и грамоты мотивируют меня продолжать развиваться и достигать новых высот, ведь теперь я точно знаю, мои мечты выполнимы, просто нужно очень стараться, прикладывать усилия, не спать ночами, грызть землю и никогда не опускать руки. Тогда все труды будут оправданы.

Убеждена, что каждый студент факультета журналистики должен участвовать в конкурсах, форумах, круглых столах, про-

бовать себя во всех сферах журналистской деятельности и никогда не отказываться от возможности накопления бесценного опыта в нашей профессии.

**Аннотация:** В статье студентка делится опытом участия в различных конкурсах, рассуждает о том, что это дает ей как будущему журналисту.

**Ключевые слова:** конкурсы, журналистика, опыт, медиа.

**Resume:** In the article, the student shares her experience of participating in various competitions, discusses what it gives her as a future journalist.

**Key words:** contests, journalism, experienc

**Андатпа:** Мақалада студент өзінің түрлі жарыстарға қатысу тәжірибесімен бөліседі, болашақ журналист ретінде оған не беретінін талқылайды.

**Түйін сөздер:** конкурстар, журналистика, тәжірибе, БАҚ.edia.

Гриненко Л.В.

### Отражение гражданской активности в новых медиа

Начало XXI века ознаменовано глобальными изменениями, которые в корне изменили мир в технологическом плане. В последнее время область журналистики Казахстана претерпела значительные изменения. Бурное развитие компьютерных технологий, появление и развитие глобальной сети Интернет внесли коррективы в современную среду массовой коммуникации. Интернет стал не просто всемирной сетью, а огромным информационным пространством, вобравшим в себя практически все аспекты общественной жизни в Казахстане.

Интернет – это крупная информационная система, объединяющая глобальные, национальные и другие компьютерные сети, которые способствуют быстрому и свободному обмену различной информацией. Благодаря интерактивной способности интернет-источников стало легко показывать и отслеживать проявление гражданской активности аудитории. Целью данной статьи является анализ того, как гражданская активность отражается в разных источниках новых медиа.

Сегодня у каждого есть возможность доступа в интернет. Следить за ситуацией со страниц информационных сайтов, порталов, социальных сетей не составляет труда. Пользователи интернета активно читают информационные статьи и, главное, оставляют комментарии под статьями или постами. Таким образом, комментатор выражает свою гражданскую позицию по определенной теме. Властям нетрудно отслеживать электронные источники информации и выявлять гражданское, общественное мнение по определенным вопросам. Таким образом, активные граждане страны участвуют в жизненно важных процессах государства и становятся не только слушателями и наблюдателями, но и полноправными участниками всего процесса коммуникации, а также в определенной степени влияют на решение конкретных проблем государства.

Благодаря использованию новых медиа упрощается задача мобилизации населения с целью совершения им конкретных дей-

ствий (организация массовых общественных выступлений, забастовок и т.д.). Также с развитием онлайн СМИ увеличивается ответственность политиков, государственных служащих за принимаемые ими решения и совершенные деяния, так как это может повлечь за собой бурное обсуждение в сети Интернет и, впоследствии, перенестись на улицу в виде общественных волнений. Новые медиа – это воплощение одного из принципов демократии – плюрализма [1].

Традиционные СМИ – газеты, журналы, телевидение, радио – создают аналоговые онлайн-версии своих материалов. Телевизионные каналы основали собственные сайты. Печатные СМИ создали онлайн-порталы своих ресурсов, где ежедневно ведется активная публикация материалов с мультимедийным сопровождением. Кроме того, каждое средство массовой информации открывало свои страницы в различных социальных сетях, где публикуются новости, телевизионная реклама, короткие заметки, видео и многое другое. Радиожурналисты проводят интерактивные встречи со зрителями через социальные сети в режиме реального времени, активно отвечают на комментарии, оставленные пользователями в публикациях.

Сегодня появился еще один новый инструмент для связей с общественностью – онлайн-портал. Это обширная сеть веб-ресурсов, включающая большое количество различной информации. Это могут быть форумы, информационные каталоги, новостные ресурсы и многое другое.

Было решено провести анализ интернет-портала и одной из социальных сетей, и показать как в данных источниках отражена гражданская активность. В качестве объектов анализа были выбраны новостной портал Tengrinews.kz и страница в социальной сети Instagram Almaty.today. Выбор этих источников информации объясняется тем, что среди пользователей онлайн-источников представленные медиа пользуются большой популярностью. Анализ должен показать активность аудитории по отношению к различным публикациям. Активность выражается в количестве просмотров, оставленных комментариев, лайков и тому подобное.

Также выбор этих источников обоснован проведенным онлайн-опросом. В опросе участвовали люди от 16 до 45 лет (11 мужчин и 24 женщины). Целью опроса было выявить, какие он-

лайн источники на сегодняшний день наиболее популярны среди казахстанской аудитории.

Опрос показал, что большинство респондентов считают, что сегодня интернет-источники являются наиболее распространенными информационными ресурсами. Более молодое поколение, в возрасте от 16 до 35 лет, в качестве новостных источников предпочитают социальные сети, нежели онлайн порталы. Это объясняется тем, что социальные сети нацелены больше на графический контент, который интересен молодежи. Также быстрый доступ к приложению является их несомненным плюсом. Среди взрослого же поколения (старше 35 лет) популярны более новостные порталы. Это объясняется тем, что онлайн порталы вызывают у людей старшего поколения больше доверия. Также среди представителей взрослого поколения большинство интернет пользователей не имеют собственных аккаунтов в социальных сетях.

Данный опрос показал, что и новостные порталы, и социальные сети играют большое значение для казахстанской аудитории. Поэтому было решено проанализировать оба источника.

В качестве первого источника был выбран новостной портал Tegrinews.kz [2]. Был проведен контент-анализ статей данного новостного портала. Для анализа были отобраны статьи, в которых опубликована информация о волонтерстве во время пандемии. Выбор этой темы статей объясняется тем, что волонтерство напрямую связано с проявлением гражданской активности.

Для анализа были выбраны 2 статьи: «Студенты-добровольцы вместе с врачами борются с коронавирусом в Нур-Султане» [3] и «Капитан-карантин из Нур-Султана оказался простым водителем такси и волонтером» [4].

Первая статья, отобранная для анализа, называется «Студенты-добровольцы вместе с врачами борются с коронавирусом в Нур-Султане» [3]. В статье журналист пишет о студентах-медиках, которые добровольно решили стать волонтерами на период пандемии и помочь активным врачам в борьбе за жизнь инфицированных пациентов. Статья содержит элементы интервью, в котором Ильяс Каиргалиев, студент медицинского университета, рассказывает о том, почему он решил стать волонтером. «Я считаю, что в этой сложной ситуации мы должны помочь с тем, чем мы можем. Моя мама медицинский работник. В детстве, насколько

ко я помню, мама часто оставалась на работе, по ночам. Я это все видел, чувствовал большую гордость за мою маму и мечтал стать человеком, который будет всегда помогать во всем и всем. Сейчас я занимаюсь волонтерской работой в отеле Ramada Plaza, который был переведен в стационарный карантин. Не долго думая, я выразил желание помочь в этой сложной для нас и нашей страны ситуации. Мы все должны уважать неоценимую работу врачей на благо нашей страны и народа », – сказал студент [3].

В статье опубликована информация о 50 студентах столицы, которые выразили желание стать волонтерами. Статья получила 8836 просмотров и 14 комментариев. Большая часть аудитории поддержала студентов и написала напутствие и слова благодарности. Меньшая часть комментаторов выразила обеспокоенность по поводу здоровья студентов.

Вторая статья была опубликована под заголовком «Капитан Карантин из Нур-Султана оказался водителем такси и волонтером» [4]. Журналист опубликовал материал о молодом человеке, который ходил по городу в костюме супергероя и называл себя «Капитан Карантин». После интервью выяснилось, что молодому человеку 25 лет и он работает таксистом. Он решил надеть костюм, чтобы помочь государству в борьбе с пандемией. Целью его волонтерской деятельности является привлечение внимания жителей города Нур-Султан к текущей ситуации и содействию в самоизоляции среди населения. «Многие люди делали вид, что коронавируса не существует. В один из дней, когда мы с волонтерами развозили продукты пожилым людям, ко мне пришла мысль создать некий образ, который мне поможет в распространении правильной информации о коронавирусе. Я позаимствовал у волонтеров этот самодельный белый комбинезон, а в качестве плаща взял обычный дождевик и попробовал выйти в этом на улицу. Повышенное внимание, конечно, заметил сразу. Я считаю, что имею право помогать людям так же, как это делают волонтеры. Я не нарушаю режим чрезвычайной ситуации, а, напротив, я призываю других соблюдать его. И пока я не собираюсь прекращать свою деятельность. Думаю, в нынешних условиях это поможет сохранить эмоциональное настроение населения. Чем больше человек думает более позитивно и чем больше он улыбается, тем быстрее наступает его выздоровление. А нервы и стресс только

ослабляют иммунную систему », – сказал волонтер [4]. Журналист заканчивает статью информацией-напоминанием о введении чрезвычайного режима в Казахстане. Статья набрала 65023 просмотров и 22 комментария. В основном, читатели высказались позитивно, с чувством признательности и благодарности по отношению к действиям героя статьи.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что в стране увеличилось количество добровольцев за период пандемии. Портал Tengrinews.kz активно публикует информацию о волонтерстве. В статьях нет открытых призывов к волонтерской деятельности. Однако некоторые тексты журналистов написаны в мотивирующей форме, способствующей проявлению интереса к волонтерской деятельности.

Другим источником онлайн медиа являются социальные сети, которые представлены в виде «коммуникационной платформы» между журналистами и аудиторией. Для анализа в качестве примера приведена социальная сеть Instagram.

Для анализа было взято сообщество Almaty.today [5]. До пандемии аккаунт имел 620 тысяч подписчиков и в среднем 900 комментариев в день. Сегодня сообщество имеет в среднем 710 тысяч подписчиков и 1500 комментариев в день. Можно сделать вывод, что из-за самоизоляции пользователи стали больше времени проводить в социальных сетях и участвовать в обсуждении текущей ситуации. С учетом текущей ситуации, сообщество представило ряд новых рубрик. Например, в разделе «Информация о Covid-19 в Казахстане» ежедневно публикуются статистические данные о количестве инфицированных и умерших людей в стране. Также публикуется рубрика о проведении онлайн-концертов, спектаклей, выступлений звезд. Этот раздел нашел отклик среди аудитории.

Власти Казахстана также активно используют Instagram, чтобы показать серьезность ситуации и публиковать актуальные новости каждого дня. Например, аким Алматы Бакытжан Сагинтаев активно ведет страничку в социальной сети [6]. Помимо публикации новостей, он публикует социальные ролики. Например, 14 апреля было опубликовано социальное видео под названием «Береги свою жизнь» [7]. 25 апреля был опубликован социальный ролик о врачах Казахстана, которые, находясь на передовой, бо-

руются за жизнь каждого пациента, заражаются и ставят под угрозу свою жизнь [8].

Видео получили 626 и 880 комментариев. Большинство комментаторов писали, что социальные видео были сделаны хорошо, но хотелось бы увидеть реальную картину. Что происходит в больницах, где пациентов лечат в режиме реального времени.

Функция прямой трансляции в Instagram стала очень популярной. Звезды, используя личные аккаунты или в сообществах других страниц, проводят онлайн-концерты. Также аккаунты Instagram активно поддерживаются аптеками, ресторанами и магазинами, которые работают на доставку.

Подводя итоги проведенного анализа информационного портала и социальной сети, можно сделать вывод, что активность интернет-аудитории возросла. Если сравнивать отражение гражданской активности на портале и в социальных сетях, то можно сделать вывод, что наибольшее ее проявление происходит в социальных сетях. Социальными сетями предпочитают пользоваться представители молодого поколения, которые составляют активную основу нашего общества. Социальные сети имеют больше инструментов и технологий, которые представляют интерес для аудитории. Порталами же пользуются представители более взрослого поколения, которые менее активно проявляют гражданскую активность в онлайн источниках. Порталы ориентированы на информативность. Поэтому информационные порталы и социальные сети играют большую роль для казахстанского населения, поскольку на данный момент они являются основными источниками информации.

### Литература

1. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, «РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ «НОВЫХ СМИ» В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ» Е.С.Припоров, 2014, No 3(1), с.251–255 [http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778\\_2014\\_-\\_3-1\\_unicode/41.pdf](http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778_2014_-_3-1_unicode/41.pdf)
2. Новостной портал <https://tengrinews.kz/>
3. Новостной портал Tengrinews.kz, статья «Студенты-волонтеры наравне с врачами борются с коронавирусом в Нур-Султане», 27.03.2020г. [https://tengrinews.kz/kazakhstan\\_news/studentyi-volonteryi-naravne-vrachami-boryutsya-396312/](https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/studentyi-volonteryi-naravne-vrachami-boryutsya-396312/)
4. Новостной портал Tengrinews.kz, статья «Таксистом и волонтером оказался “капитан Карантин” из Нур-Султана», 09.04.2020г. <https://tengrinews.kz/>

- kz/kazakhstan\_news/taksistom-volonterom-okazalsya-kapitan-karantin-nur-sultana-398015/
5. Новостное сообщество в социальной сети Instagram – Almaty.today <https://www.instagram.com/almaty.today/>
  6. Официальный аккаунт акима Алматы Бакытжана Сагинтаева в социальной сети Instagram <https://www.instagram.com/sagintayev.b/>
  7. Социальное видео «Береги свою жизнь» // Официальный аккаунт акима Алматы Бакытжана Сагинтаева, 14.04.2020 г. <https://www.instagram.com/p/B-8gS2oBZwR/>
  8. Социальное видео «Передовая линия фронта», Официальный аккаунт акима Алматы Бакытжана Сагинтаева, 25.04.2020 г. [https://www.instagram.com/p/B\\_Y2BuLF7GS/](https://www.instagram.com/p/B_Y2BuLF7GS/)

**Аннотация:** С полной уверенностью можно утверждать, что сегодня весь мир вступил в эру новых технологий и интернет ресурсы повлияли на развитие практически всех сфер жизни человека. И журналистика не стала исключением. Традиционные СМИ создали электронные аналоги. Начали функционировать самостоятельные электронные средства массовой информации – онлайн порталы или новостные блоги в социальных сетях. Они получили название – новые медиа. Данная научная статья демонстрирует как новые медиа способствуют развитию гражданской активности среди населения.

**Ключевые слова:** журналистика, новые медиа, онлайн-порталы, социальные сети, гражданская активность.

**Abstract:** We can say with full confidence that today the whole world has entered the era of new technologies and Internet resources have influenced the development of almost all spheres of human life. And journalism is no exception. Traditional media have created electronic counterparts. Independent electronic media, online portals or news blogs in social networks began to function. They got the name – new media. This scientific article demonstrates how new media contribute to the development of civic engagement among the population.

**Key words:** journalism, new media, online portals, social networks, civic engagement.

**Аңдатпа:** Бүгінгі күні бүкіл әлем жаңа технология дәуіріне кіргенін және ғаламтор қоры адам өмірінің әр түрлі саласының дамуына әсер еткенін толық сеніммен айтуға болады. Журналистика саласыды тыс қолмады. Дәстүрлі БАҚ электрондық аналогтарын құрды. Әлеуметтік желіде, тәуелсіз электронды бұқаралық ақпарат құралдары, онлайн порталдар және жаңалық блоктары жұмыс істей бастады. Олар жаңа атау алды – жаңа медиа. Бұл ғылыми мақала жаңа медианың тұрғындар арасында, азаматтық белсенділікті дамытуға қалай ықпал ететіндігін көрсетеді.

**Түйін сөздер:** журналистика, жаңа медиа, интернет-порталдар, әлеуметтік желілер, азаматтық белсенділік.

Ibragimova S.

### **Socio – psychological characteristics of the journalistic reception “shocktainment” in modern journalism**

As we have established in past scientific research, journalists often use various techniques and techniques in order to attract a viewer or reader to their product. Over time, the audience changes their tastes and preferences, which is why journalists have to adjust and come up with new ways of presenting information.

One of these tools is the journalistic technique “shocktainment”, which is very popular among journalists, especially in the television space.

We have identified a number of criteria for the journalistic reception of the “infotainment” of television journalism, which are often used by practicing journalists. Researchers attribute these criteria to modern postmodern culture and mean by their content: multiple reality, irony of events and provocative questions.

The notion of journalistic technique “shocktainment”, a derivative of the progenitor of “infotainment”, consists of practically the same criteria, except that the use of these techniques has increased many times over.

“The success of infotainment,” states one of the researchers, “is based on the elementary human need to satisfy emotional needs. Good infotainment evokes an exclamation, creates a feeling and sensation of something” [2]. As J. Baudrillard notes, “the audience loves any content if it has the qualities of a show” [3].

These features include: sensationalism, suspense, dramatization and irony [5,6,7,8].

The above-described elements provide entertainment and originality of television content. It should be noted that the most the main factor in each of the above techniques is the emotional component. Emotional perception helps to increase interest and loyalty to a particular television program and story.

Expressive means, which are part of each of the presented elements, enrich the information so that the viewer remains interested in a particular topic.

However, researchers believe that the active implementation and use of shock management tools devalues the information component.

Despite the fact that the second follows from the first, these concepts still differ from each other. If the “infotainment” is more aimed at conveying information in an entertaining way, easy enough to distract the viewer from the hustle and bustle, then shock content has a more negative effect. Since often the news of character shock is very expressive. The receptions of information in the form of irony, dramatization, suspense and sensationalism are amplified many times over and leave the viewer in a state close to shock, which is where the name comes from.

The last decade has been characterized by a sharp increase in digital culture, and the influence of the media on the audience has increased accordingly.

Researchers identify three main functions of mass communication: information function, educational function and entertainment function. At the center of our research is the journalistic technique of “shock”, we can attribute this tool to the last of the listed functions of the media to the entertainment function of the media.

In the era of globalization, most people in society depend on information and communication in order to stay connected with the world and our daily activities like work, entertainment, healthcare, education, socialization, travel and everything else that we have to do [9].

The media has a huge impact on society in shaping the public opinion of the masses. They can shape or change public opinion in different ways, depending on what the goal is [9].

The information function of the media keeps us abreast of the events of everything that happens around. This function helps us as an audience to communicate with each other and make any decisions. Knowledge of the situation around the world forms a certain opinion, which can already be called influence. From this, we can conclude that we need to be aware of reality, understand that most of the decisions, beliefs and value systems we make are based on what we learn from someone else’s assumptions and our own experience. At work, we usually know what we should do based on our experience and research, however in our daily life, we mainly rely on the media to get current news and information about what is important and what we should be about necessarily aware [10].

The educational function of the media is the educational function. Information is definite knowledge. Communication of knowledge, the expansion of human cognitive abilities – all these elements constitute the educational function of the media.

The youngest and most rapidly developing function of the media today is entertainment.

One of the tools for increasing the effect of the influence of modern media on the audience was the cultural phenomenon of “infotainment”, which emerged in the United States in the late 60s of the last century. The first TV show of the infotainment was the American television program “60 Minutes”. It is noteworthy that today it is difficult to surprise a sophisticated viewer with such a format, but in 1968 the presenter first participated in a report along with his heroes. Thus, the audience could not only receive certain information, but also the narrator’s own hidden opinion about it, which he expressed with gestures, facial expressions or random, at first glance, smiles, comments and reservations. It was no longer an impartial monologue, but a contradictory dialogue with a variety of opinions and points of view. The rise of entertainment journalism has intensified competition and competition for viewership. The journalism of “fact”, the presentation of information of which was characterized by accuracy and objectivity, gave way to journalism of “emotions”, where similar information was presented brightly and attractively, over and over again raising the rating of the news program and the TV channel as a whole.

Today we can observe the scale of the spread of the culture of “infotainment” in full, which is often perceived as an extremely negative phenomenon, leading to a decline in education and awareness of viewers, listeners and readers. Often, the audience observes the entertainment format of infotainment through the prism of show business. However, recently, you can find another opinion that such a presentation of information facilitates its perception and understanding for the largest possible number of audience. However, even such a simplified presentation of information is already losing its relevance and relevance today. The reason for this, in our opinion, is the satiated audience and high competition. “Infotainment” was replaced by “shocktainment”.

If “infotainment” is explained as the unity of “information” and “entertainment”, then “shocktainment” includes concepts such as “shock” and “entertainment”. Based on this, a certain conclusion

can be drawn: shock mainstreaming is a derivative of infotainment, a modernized tool of modern journalists, or a new step in the journalism of “emotions”. The presentation of information is not just bright and open, but the information itself changes its quality: it becomes, first of all, shocking, and as a result, the degree of spectator participation is amplified many times over.

The results of opinion polls have shown that “tough” news is no longer of interest to the inhabitants of this country [11]. Researcher T. Patterson for two years studied the features of news spread by the mass media in the United States, and came to the conclusion that most people prefer to get news from cable TV channels and the Internet, while traditional print publications and broadcast television are forced to resort to “light” news to retain their audience [12]. The decline in popularity of information programs has initiated the search for new forms of messages.

This led to a change in the approach to the selection of news: the share of official news decreased, and the number of news stories about social and cultural events increased. The methods of informing have also changed: journalists tried to focus the public’s attention on interesting details, vivid details. In the news group, information and entertainment stood out [13].

Probably the main feature of modern television is the dominance of the negative in the selection of material. Discussion of shortcomings, criticism are absolutely necessary, without them stagnation is inevitable, progressive development in any sphere of the state and society is impossible. But in the ratio of positive and negative information, as in everything, balance is necessary. It is well known that information about destructions, incidents, catastrophes attracts more attention than narrative descriptions, messages that force one to compare, remember and think, draw conclusions independently. We emphasize once again that normal development of society and the state is impossible without publicity. No matter how pleasant the information is, it should be available to the community if it is vital to it. However, it is necessary to remember not only about publicity, but also about the mental health of a person. Hourly repetitions of messages about this or that disaster, failure, crime, accompanied by chilling footage, is a massive bombing of the psyche, a significant contribution to the neurotization of the majority of viewers [14].

The interests and needs of people were also investigated by E. Toffler. From his point of view, the information society is characterized by the fragility of values and ideals, the temporary nature of needs, a sharp increase in the volume of scientific and technical messages, an increase in the diversity of life phenomena, an abundance of subcultures. The huge amount of information received deprives a person of the opportunity to think rationally and make optimal decisions. The consequence of this was a phenomenon called “escapism” – an escape from reality [15].

The needs of the public for messages of an entertaining nature are successfully satisfied precisely by infotainment, which is a product of postmodernism. The postmodern tendency in the media text leads to a mixture of documentary and artistic discourse. Real events are transformed, become part of a conditional context, which can become more interesting than the information itself. One of the features of the postmodern media text is that it does not so much reflect reality as it models it [16].

In turn, we can attribute these signs to the “shocktainment” format as well, due to their emotional color and influence on the mass audience.

In this theoretical part of the article, we revealed the importance of the development of the phenomenon of shocktainment in modern journalism, and also identified the distinctive features of shocktainment journalism in contrast to other journalistic tools and methods.

The practical significance of the study lies in the fact that journalism, like many other areas of human practice, exists in close connection with science. It constantly demands the provision of its activities with scientific developments. The growing requirements for journalism, the need to constantly improve the efficiency and quality of the processes and results of journalistic work in conditions of freedom and political pluralism, when the competition for attracting an audience and influencing it becomes more acute, necessitate a transition to the path of intensifying journalistic activities. The conclusions and materials of the scientific work can be used in the process of teaching professional disciplines in journalism in universities, as well as in the practical activities of television journalists.

### References

1. 1. Eremina D.A. Interpretation of the term “infotainment” in German and Russian studies of mass media M., 2003. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1429> (date accessed: 04.10).
2. 2. Zhukov, AS Texts in the format of infotainment in the press / AS Zhukov. – Text: direct, electronic // Young scientist. – 2014. – No. 4 (63). – S. 131-133. – URL: <https://moluch.ru/archive/63/9997/> (date accessed: 10/08/2020).
3. 3. “Consumer Society” Jean Baudrillard, 1970. Russian translation by E. A. Samarskaya, “Republic” 2006.
4. 4. Luhmann N. Reality of the mass media. / Per. with him. A. Antonovsky. – M.: Praxis, 2005. – A. F. Filippov’s abstract.
5. 5. Vasilyeva L.A. Making news!: Textbook. allowance. Ed. M. “Aspect Press” 2003. P. 97
6. 6. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/87922> (date of treatment 10/12/2020).
7. 7. Gudyakov R. V. Dramatization of information on Russian television as a factor in the formation of social identity: M., 2012, p. 4
8. 8. Dragun E.M. Decree. op. P. 131.
9. 9. Tsagolova RS The communication system and its role in the adaptation of Russian society to the conditions of transformation and globalization. In 3 volumes. M.: Alfa-M, 2011.280 p.
10. 10. Malugin V. Yu. Concept of social press. In 3 volumes. M.: Alfa-M, 2011.280 s.
11. 11. Mikhailov, S. A. Journalism of the United States of America [Text] / S. A. Mikhailov. – SPb., 2004.
12. 12. Patterson, T. E. Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about it [Text] / T. E. Patterson. – Cambridge, Harvard university, 2000. -- P. 3.
13. 13. Golyadkin, N. A. TV information in the USA [Text] / N. A. Golyadkin. – M., 1995
14. 14. Bulletin of St. Petersburg University, L.V. Kulikov “Processes of Globalization and Communication. Socio-psychological aspects of the influence of the media“, St. Petersburg, 2011, 6 pages.
15. 15. Toffler, E. Shock of the future [Text] / E. Toffler. – M., 2004. – S. 391–393.
16. 16. Lyotard, J.-F. Postmodern state [Text] / J.-F. Lyotard. – M.; SPb., 1998.

#### Ibragimova S.

#### Socio – psychological characteristics of the journalistic reception “shocktainment” in modern journalism

**Abstract:** The article presents a conceptual framework for the study of “emotional” journalism, as well as many other areas of human practice that are closely related to science.

In the context of growing demands for journalism, freedom and political pluralism, it is necessary to continuously improve the efficiency and quality of

journalistic processes and results, and it is also necessary to strengthen journalism as competition increases in order to attract and influence the audience.

Theoretical foundations of the study of the phenomenon of “shocktainment”, the study of the features of the use of technologies and tools for its creation and the relationship of their choice with the communicative tasks and functions of” emotional “journalism.

**Key words:** shocktainment, genre, media space, content, audience.

### **Ибрагимова С.**

#### **Заманауи журналистикадағы «шоктейнмент» әдісінің әлеуметтік-психологиялық сипаттамалары**

**Андатпа:** Мақалада «эмоционалды» журналистиканы, сондай-ақ ғылыммен тығыз байланысты адамның практикалық қызметінің көптеген басқа салаларын зерттеудің тұжырымдамалық негізі келтірілген.

Журналистикаға, бостандыққа және саяси плюрализмге қойылатын талаптардың өсуі тұрғысында журналистік процестер мен нәтижелердің тиімділігі мен сапасын ұдайы арттырып отыру қажет, сондай-ақ аудиторияны тарту және оған ықпал ету мақсатында бәсеке күшейген сайын журналистиканы нығайту қажет.

«Шоктейнмент» феноменін зерттеудің теориялық негіздері, оны жасау үшін технологиялар мен құралдарды қолдану ерекшеліктерін және олардың таңдауының «эмоциялық» журналистиканың коммуникативтік міндеттері мен функцияларымен өзара байланысын зерттеу.

**Түйін сөздер:** шоктейнмент, жанр, медиа кеңістік, контент, аудитория.

### **Ибрагимова С.**

#### **Социально-психологическая характеристика журналистского приема «шоктейнмент» в современной журналистике**

**Аннотация:** В статье представлена концептуальная основа для изучения «эмоциональной» журналистики, а также многих других областей практической деятельности человека, тесно связанных с наукой.

В контексте растущих требований к журналистике, свободе и политическому плюрализму необходимо постоянно повышать эффективность и качество журналистских процессов и результатов, а также необходимо укреплять журналистику по мере усиления конкуренции с целью привлечения аудитории и влияния на нее.

Теоретические основы изучения феномена «шоктейнмента», изучение особенностей использования технологий и инструментов для его создания и взаимосвязи их выбора с коммуникативными задачами и функциями «эмоциональной» журналистики.

**Ключевые слова:** «шоктейнмент», жанр, медиaprостранство, контент, аудитория.

**Иргебаева Н.М., Алимкулова М. Е.**

**Абайдың психологиялық, этикалық,  
эстетикалық ойлары**

«Абайды таныту арқылы біз Қазақстанды әлемге танытамыз, Қазақ халқын танытамыз, Абай әрқашан біздің ұранымыз болуы тиіс» – деген Елбасының сөзін негізге ала отырып болашақ ұрпақтың текті, саналы болуына Абай Құнанбайұлының ұшқыр ойлары мен өткір пікірлері, пайымдары психологиялық көзқарастарды өмірлік тәжірибеде қолдануды негіз етті [1].

Абай психология мәселелерін қарастырғанда өз уақытында қалыптасқан адамның психикалық іс-әрекетінің (ақыл-ойы, сезімі және еркі) үш мерзімге бөлінуін қабылдайды және соңғысының мазмұнын ашуға тырысады («17 қара сөз», «27 қара сөз», «43 қара сөз»). Ол психикалық құбылыстарды сезім мен қабылдау, бейнелеу, есте сақтау, қиял, ойлау және ақыл (немесе сана) деп атайды. Салқындық, айқындылық және өткірлік қасиеттері ақылға жатады. Сезімдерге психикалық тәжірибенің «жылуы», қуаныш пен ашу, құмарлық пен сүйіспеншілік және т.б. жатады. Мінез ерікпен бірге қарастырылады. Төзімділік, ұмтылыс, өз құмарлықтарын басқара білу ерікті процестер болып саналады.

Абай өзінің шығармашылық қызметінде бақылау әдісін кеңінен қолданды: ол ұлы ақын ретінде ерекше байқау қабілетімен ерекшеленді, – байқалатын объектінің сипаттамалық ерекшеліктерін ұсақ-түйекке дейін байқады. «Жаз» (1886) сияқты шығармасымен мұқият танысу, суреттеуге арналған өлеңмен жақсы атты қабылдайды және көптеген басқалары ерекше көркемдік шеберліктің үлгілері болып табылады, біз Абайдың табиғаттағы заттар мен құбылыстарды, адамдардың нәзік жеке психикалық ерекшеліктері мен терең сезімдерін бақылаушы болғандығын аңғаруымызға болады.

Бірқатар өлеңдерінде ақын өзінің таза ойлары мен толқытатын эмоционалдық тәжірибелерін дәл жеткізе білді. Ол әртүрлі сыныптарға, мамандықтарға және әртүрлі жастағы адамдарға айқын психологиялық сипаттама береді.

Абай қара сөздері немесе Ғақлиялары-тамыры тереңге жайылған ағаш іспеттес. Бұтақтары ретінде философия, психология, эстетика, этика сонымен қатар педагогикалық бағыттардағы ойларға *бойлаған*. Абай қара сөздерін қай жаста оқысақта, әртүрлі өмірлік тұжырымдама жасаймыз. Себебі, оның құндылығы кетпейтін асыл мұра. Қара сөздердің өзегі ретінде жеке тұлғаны қарастырған. Негізгі мақсаты-тұлға тәрбиесінің түрлі аспектілері (әлеуметтік, тұрмыстық). Абайша айтатын болсақ, «нағыз адам». «Нағыз адам» қандай болуы қажет, мінезін, тұлғасын, ойын жан-жақты қарастырып, өзге қасиеттерден жат болуға шақырады.

Абай нағыз психолог болмаса да, әрбір сөзінде халық психологиясы тақырыбын, жалпы халықтық өмірі туралы ой толғаныстарымен бөлісіп, өрбітіп отырған.

Тұлға мәселесі ұлы ойшылды ерекше толғандырған. Адамның тұлға ретінде қалыптасуы үшін әлеуметтік тұрғыдан да, саяси тұрғыдан да бірінші «Талап, еңбек, терең ой, қанағат, рақымды» ерекше атап көрсеткен. Тұлға ретінде: толыққанды жетілген адам, білімді, табанды, адамгершілігі мен ақыл-ойы жоғары болуы тиіс [2] дейді.

Психология ғылымында тұлғаны қоғамның сыртқы орта факторларынан, өз бойынан өткізе отырып, белгілі бір психикалық құрылымды қалыптастырушы ішкі шарттардың жиынтығы ретінде қарастырылуымен байланыстыруға болады. Тұлға дамуы, өсуі, үнемі өзін-өзі жетілдіріп отыруы үшін ең алдымен қажеттілік қажет.

Соның ішінде жетінші қара сөзінде Абай жас балада анандан туғанда екі түрлі негізгі қажеттіліктің болатындығын көрсетті: «біреуі ішсем, жесем, ұйықтасам» деп туады. «Бұлар тән құмарлары, бұлар болмаса тән жанға қонақ болмайды, хәм өзі өспейді, қуат таппайды», «екіншісі білсем көрсем, үйренсем» демекшілік. Неге? Ол қалай болды? Нәтижелі ме? Бұл қандай? – деп көзімен көрген қызықтарын, естіген ақпараттарына қызығушылық танытады. Бұл жан құмары. Қоршаған ортадағы болып жатқан құбылысқа, әсіресе білімге осындай құлшыныспен, танып білуге деген ұмтылысымен көрінуі тиіс деген ойды білдірген.

Орта ғасырда өмір сүрген Жүсіп Баласағұни былай деген екен:

«... қалар мұра-сөз кісіге,  
Сөзді мұра тұтсақ, пайда ісіңе.  
Кісіден мирас ата сөзі ғой,  
Ата сөзі-ұқсақ құттын көзі ғой[3].

Тәрбиенің тылсым күші Абай айтқан ұлағатты сөздерінде десек қателеспейміз.

Ұлы Абай «Ғылым, білімді әуел бастан бала өзі ізденіп таппайды». Басында зорлықпен, яки алдаумен үйір қылу керек, үйрене келе өзі іздегендей болғанша.

«Күллі адам баласын қор қылатын үш нәрсе бар. Әуелі-надандық, екінші-еріншектік, үшінші-залымдық», – деп білемін дейді отыз сегізінші қара сөзінде.

Абай он төртінші қара сөзінде: «... көбі ақылсыздықтан азбайды, ақылдың сөзін ұғып аларлық жүректе жігер, қайрат байлауы жоқтығынан азады» -дейді.

Ақыл, сезім және ерік, Абай айтқандай, біртұтастықта, толық үйлесімділікте болуы керек, өйткені оларбірінсіз – бірібола алмайды; олардың бөлінуі адамды жағымсыз салдарға, қалыпты өмірге алаңдатуға әкелуі мүмкін. Сондықтан ғылымның міндеті – адамның ақыл-ой әрекетінің осы үш жағын зерттеп, олардың бірлігін қамтамасыз ету.

Ерік, ақыл немесе парасат (бұл Абай түсінігінде бірдей) пен сезімдер үйлесуі керек.

Бірақ егер олардың арасында алауыздық болса, адам «жүрекке» бағынуы керек, яғни жетекші рөл әрқашан қалуы керек сезімнің бұйрығына бағынады. Ол ақыл-ойды ерік күшін дұрыс пайдалануға дұрыс жолмен бағыттауы керек[3].

Абай басқа жерде ақыл мен ерік адамның өмірінде жетекші болады дейді. Бірақ олар пайдасыз болады және егер жүректен шыққан әділеттілік болмаса, олардың мақсаттарын орындамайды. Абай Құнанбаевтың мұндай тұжырымдарында орыстың ұлы педагогы және психологы К.Д.Ушинскийдің көзқарасына жақындаған айқын мемлекеттік сенсуалистік көзқарастар бар.

Ушинский сезімдерді сана мен ерік құбылыстары арасындағы байланыстырушы буын ретінде ғана емес, сонымен қатар «сана мен ерік саласындағы адамның іс-әрекетінің бірінші себебі және оларда осы қызметтің соңғы мақсаты» деп санады. Сайып келген-

де, сана оны сезім мүшелерінің біріне дейін төмендетеді, осылайша психикалық құбылыстардың үш жақты бөлінуі екіге бөлінуге дейін төмендейді, яғни сезім мен ерікке.

Абай өзінің «Он жетінші қара сөзінде» «ерік, «жүрек» және ақыл табиғаты және олардың бірлігі туралы ойларын толығырақ сипаттайды.

Ақыл. Абай шындықты тануды материалистік тұрғыдан түсіндіреді. Сезім мен қабылдау – бұл шынайы әлемді бейнелеудің бастапқы кезеңі. Сезім- білімнің қайнар көзі. Басқа жерде ол былай деп жазады: «... Егер көздер болмаса, біз әлемдегі сұлулықтан өмірде қалай ләззат алар едік? Егер құлақ болмаса, біз ешқандай дыбыс, ешқандай дауыс естімейтін едік, әннен рахат ала алмас едік; егер мұрын иістерді ажырата алмаса, онда біз хош иістен ләззат алып, жаман иістерден аулақ болмас едік; егер таңдай мен тіл талғамды ажырата алмаса, онда біз жағымды тағамнан рахат ала алмас едік».

Адам тек тәжірибе арқылы, сезім әлемі мүшелерінің сыртқы әлемін тікелей бейнелеуі арқылы нақты шындықты біледі [4].

Ұлы Абай Құнанбайұлы «адамды тәрбиелеуге, өзгертуге болмайды дегеннің тілін кесу қажет» деген ұлағатты сөздері адам мінезін қай жаста болмасын, кез келген жағдайда басқа арнаға бұруға, өзгертуге болатындығын көрсетеді.

Мінез-жеке тұлғаның өзіне ғана тән-қылық, іс-әрекет негізінде қалыптасқан даралық өзгешеліктердің жиынтығы ретінде атауға болады [5].

Ақжан Әл-Машани де «Әл-Фараби және Абай» еңбегінде «Ғалым болмай немене балалықты қисаңыз», «Ондай болмақ қайда деп айтпа ғылым сүйсеңіз», «Болмасаң да ұқсап бақ, бір ғалымды көрсеңіз» деген үш сөздің түп тамыры туралы айта келіп, «... біздің қазақ халқында Әл-Фарабидің кең даналыққа толы, зор әділетті адамдығына ұқсаскелерлік адам алдымен Абай деп білеміз» – деген болатын [6].

Абай Құнанбайұлы психологиялық күшті арттыру мақсатында мынадай алты түрлі шарт ұсынған:

Бірінші шарт: Мақтан үшін іздену болмау керек. Шын құмарлық пен мейірлену керек. Шала мейір дәл солай шала байқалады. Өз қажеттіліктері мен мүмкіндіктерін асыра пайдалануды шала мейірлікке жатқызады.

Екінші шарт: Ғылымнан ақиқат табу мақсатын қою керек. Ғылыми ізденісте ең алдымен мақсат қоя білу маңызды.

Үшінші шарт: Шындыққа көз жеткенде ғана соны ғылым тұту керек.

Төртінші шарт: Ақыл-ойды жетілдіріп отыру керек.

Бесінші шарт: Еріншектік, салғырттықтан сақ болу.

Алтыншы шарт: Ұстамдылық, табандылық ол үшін соны ұстайтын беріктік пен қайрат керек.

«Ұлы Абай,оның шығармашылығы, өлмес ойлары-тарихтың игілігінде ғана емес, бүгінгі күнде де көкейкесті, маңызы бар құндылықтар. Оның идеялары мен ұстанымы халықтың сана сезіміне,тіпті әлемдік ой дүниесіне бойлап кетті, өйткені Абай өз еңбегінде адам болмысының нақты мәселелерін көтеріп, жалпы адамзаттық құндылықтарды жақтады».

Мұхтар Әуезов Абай қарасөздері туралы «... Абайдың осы қарасөз дейтін мұралары көркем прозаның өзінше бөлек, бір алуаны болып қалыптанады. Бұлар сюжетті шығармалар емес. Бұрынғы жазушылар қолданған естелігі, мемуар да емес. Стиль, мазмұн жағынан алғанда, осы шығармалар Абайдың өзі тапқан, бір алуан көркем сөздің түрі. Кейде бұлар сыншылдық, ойшылдық және көбінше адамгершілік,мораль, мәселеріне арналған өсиет, толғау тәрізді» [7] деп түйіндейді.

Абай қарасөздері-тұнған ақыл, өмір шежіресі, даналық түйінді пікір. Абайдың мұраты-адамды адамгершілік, кісілік жағынан жетілдіру арқылы қоғамды жетілдіру, қазақты ілгері дамыған елдер қатарына қосу еді. Оның қарасөздеріндегі қоғамдық, педагогикалық, психологиялық көзқарастары осыны көздейді. Әл-Фараби: «Жақсы мінез-құлық пен ақыл біріккенде ғана олар адамшылық қасиеттер болып табылмақ»- деп жазса, Абай атамыз «Нұрлы ақыл, жылы жүрек, ыстық қайрат, осы үшеуінің басын қос, бәрін жүрекке билет деп ұқтырып айтушының аты ғылым екен. Осы үшеуі бір кісіде табылса, табанының топырағы қозге сүртерлік қасиетті адам сол. Үшеуің ала болсаң, мен жүректі жақтадым, құдайшылық сонда» – депті [8].

«Ұрпақ тәрбиесінің келеңсіздігіне тек ата-ана ғана емес сонымен бірге тоғышар ортасы – ата-ана парызының жұтандығы және ұрығы мен тәлімінен бұзылған ұрпақ тәрбиелері сияқты аса ауыр әлеуметтік дерттерді,тек халық педагогикасының күдіретімен ғана орнына келтіруге болады», – [9] дейді ғалым педагог С.Ғаббасов.

Педагогика қазақ халқының түсінігіндегі баламасы – тағылым, тәлім, білім, тәртіп, тәрбие ретінде қабылданады. Педагогика ғылымы-тәрбие беру, білім беру, үйрету, жетілдіру.

Қазақтың ұлттық тәлім-тәрбие ілімінің негізін салушы М. Жұмабаев бұл жөнінде былай деген: «... Бала тәрбиесі – бір өнер, өнер болғанда да ауыр өнер, жеке бір ғылым болуды тілейтін өнер. Баланы дұрыс тәрбие қылу үшін әркімнің өз тәжірибесі жетпейді. Басқа адамдардың тәжірибесімен танысу керек... » [10].

Абай жадқа адам өміріндегі ерекше маңызды психикалық функция ретінде, әсіресе мәдениетті игеруге үлкен көңіл бөледі. Мұны есте сақтаудың төрт негізгі ережесі бар екенін атап өтті: біріншіден, есте сақтауға деген белгілі бір қатынас қажет; екіншіден, сіз естіген немесе көрген нәрсені өте мұқият және ыждағаттылықпен үйрену керек; үшіншіден, сіз өзіңіз туралы бірнеше рет ойланып, тақырыпты жадыңызға бекітуіңіз керек; төртіншіден, адам өзін жаман ойлардан алшақтатуы керек, бірақ егер олар туындаған болса, онда оларға бой алдыруға болмайды.

Бірқатар өлеңдерінде Абай адамның тоқтамай ойлануы керектігін ескертеді, өйткені тек тұрақты ой әрекетімен ғана екінші ой туады, яғни жаңа ойлар пайда болады.

Ақыл-ойдың даму дәрежесі ұмтылыстармен байланысты («талап»), бірақ сонымен бірге Абай тек белгілі бір ұмтылысы бар ақылға ие болды, ал аз ұмтылған адам ақылға ие болмайды, өйткені білім арқылы ересек адамның ұмтылысы дами алады. Абай сезімге тым кең функциялар бере отырып, адамгершілік сезімдері мен адам жылуы, альтруизм сезімдері жүрекке тән деп тұжырымдайды. Оның жақсылық жасауға жүрегі бар, жамандықты жек көреді, жақсылықтың бәрі одан шығады – қарапайымдылық, әділеттілік, мейірімділік, жауаптылық және т.с.с. Тіл жүрек сезетін нәрсені білдіре отырып, қателеспейді. Абай өз шығармаларында экспрессивтік қозғалыстар мен эмоционалды тәжірибе кезіндегі физиологиялық өзгерістерге назар аударады. Абай сезімдердің пайда болуы туралы адамға сыртқы тітіркендіргіштердің, яғни сыртқы дүниенің заттары мен құбылыстарының әсер етуі нәтижесінде айтады. Басқа жерде ол эмоционалды тәжірибе табиғатының субъективтілігін көрсетеді. Яғни, егер адам өзі де осындай сезімді сезінбесе, басқалардың сезімдерін түсіне алмайтындығы.

Абайдың психологиялық көзқарастарында адамның ақыл-ой әрекетіндегі басым рөл сезімге жатқызылған. Абай егер

алауыздық ақыл, ерік пен сезім арасында пайда болса, онда адам оның сезімдеріне бағынуы керек, өйткені олар тек адамды ізгілікке жетелейді дейді. Абайдың шығармашылығы, өшпес ойлары – тарихтың қойнауында ғана емес, бүгінгі күнде де көкейтесті, маңызды құндылықтар. Оның идеялары мен ой толғаулары, өмірлік ұстанымы болашақ ұрпаққа үлгі, эталон ретінде қарастырылады.

«Абай арманы-тек бір ғана ұлт ұстанатын мұрат емес. Күллі адамзат ұстанатын мұрат». Болашақ ұрпақтың ішінде әлгіндей мүмкіндікке қол жеткізген бақытты ұрпақпыз әлгіндей деп отырғанымыз, өз тарихымызды, өз өткенімізді оқып, танып қорытынды шығара аламыз. Зерттеп, зерделей аламыз. Абай санасында өткен тарих бейнесін танып-білудің екі түрлі жолы болғанға ұқсайды: бастапқысы халықтың ықыласына бөленіп, ұрпақтан-ұрпаққа беріліп келе жатқан шежіре, өткен тарихымыз аңыздар болып тіркелсе, екіншісі өткен тарихты білу үшін, кітап қорынан іздеп, сын елегінен өткізіп, жазба деректер көзімен ұштасқан. Абай Құнанбайұлы өсиет еткен абзал мұраттардың тек өткен болып қана қалмай, нақты шындыққа, нақты әлеуметтік болмысқа айналар-айналмасы болашақ ұрпаққа, яғни біздерге байланысты. Абай Құнанбайұлының ойынша, адам баласы бақытты болу үшін, оның ынтасы және соған қоя білген мақсаты айқын болу керек делінген. Абайдың өсиеттерін өмірде орындай отырып, кез-келген салада қолдана отырып, біз шын мәнінде ұлт ретінде нығаймыз, мемлекет ретінде биік мақсатқа жетеміз. Абайдың арманы – халықтың арманы. Біз халықтың армандарын жүзеге асыру және алдыңғы ұрпақтың өсиеттерін орындау жолында күш-жігерімізді аямауымыз керек. Абайдың өсиеттері ХХІ ғасырдағы жаңа Қазақстанды жаңа биіктерге жетелейтіні сөзсіз.

#### Әдебиеттер

1. <https://abai.kz/post/17438>.
2. Абай тілі сөздігі. – Алматы: Өнер, 2011-616 б.
3. Баласағұн Ж. Құтты білік / Көне түркі тілінен ауд. және алғы сөзі мен түсінік. жазғ. А.Егеубаев. – Алматы: Жазушы, 1986. – 616 б.
4. Сәбет Бап-Баба (Бабаев). Психология негіздері: Оқу-анықтамалық қолданба. Алматы: Нұр-пресс, 2007. – 06 бет. ISBN 9965-83-6.
5. <http://tarbie.kz>. Қара сөздері / Құнанбайұлы, Абай, – Алматы : Өнер, 2006. – 124 б. – 9965-768-61-7.

6. Тәжібаев Т. Жалпы психология. Алматы, 1993 ж.
7. Әуезов М. Абай Құнанбаев. – Алматы, 1967. – 391 б.
8. Ақжан әл-Машани. Көптомдық шығармалар жинағы. Т.І-ІІ. – Алматы: Алатау, 2005. 1- том – 296.
9. Ғаббасов, С.Халық педагогикасының негіздері: монография / С. Ғаббасов. – Алматы : Әл-Фараби, 1995. – 209 б. – ISBN 5-7667-3275-9.
10. С.Сенкібаев. М.Жұмабаевтың тәрбиелік ілімі – ғасырлар тоғысында // Ізденіс. 2002. №4.

**Аңдатпа.** Мақалада Абайдың психологиялық пайымдаулары мен көзқарастарының өзектілігі, сонымен қатар, тұлғаны қалыптастырудағы қара сөздердерінің тәрбиелік мәні айтылады. Абайдың психологиядағы психикалық іс-әрекеттің факторлары мен эмоционалдық тәжірибелердің негізі қарастырылды. Абай шығармаларының басым көпшілігінде: психологиялық, шынайы гуманизм, адамзат мүддесіне деген айрықша ынта-жігер, рухани максимализм біздің бүгінгі жүзеге асырмақ бастамаларымыздың да басты сипатына, басты өзегіне айналуда тиесілі екендігі айтылады.

**Түйін сөздер:** Абайдың қара сөздері, психологиялық көзқарас, тұлға, жалпы адамзаттық құндылықтар, ғылым, эмоционалдық тәжірибе, психикалық іс-әрекет, сана, есте сақтау, қиял, мінез ерекшеліктері.

**Abstract.** The article examines the relevance of Abai's psychological views and opinions, as well as the educational value of words edification in the formation of personality. The factors of mental activity in the psychology of Abai, the foundations of emotional experiences are considered. In the overwhelming majority of Abai's works: psychological, genuine humanism, special zeal for the interests of mankind, spiritual maximalism should be the main character, the core of our today's undertakings.

**Key words:** Words of edification of Abai, psychological attitude, personality, universal values, science, emotional experience, mental activity, consciousness, memory, imagination, character traits.

**Аннотация.** В статье рассматривается актуальность психологических взглядов и мнений Абая, а также воспитательная ценность «Слова назидание» в формировании личности. Рассмотрены факторы психической деятельности в психологии Абая, основы эмоциональных переживаний. В подавляющем большинстве произведений Абая: психологический, подлинный гуманизм, особое рвение к интересам человечества, духовный максимализм должны быть главным героем, стержнем наших сегодняшних начинаний.

**Ключевые слова:** Слова назидания Абая, психологический настрой, личность, общечеловеческие ценности, наука, эмоциональный опыт, психическая деятельность, сознание, память, воображение, особенности характера.

Каргаполов К.С.

### **Инновационные стратегии современной медиапублицистики в Казахстане**

Сейчас СМИ, можно сказать, переживают вторую революцию после появления интернета. Если недавно прошла массовая цифровизация, то сейчас наблюдается резкий рост популярности социальных сетей, которые задают свои тренды в области распространения информации. К тому же потребители информации сейчас – это не аудитория 5-ти или 10-ти летней давности: количество времени, которое читатели сейчас готовы выделить на одну единицу медиаконтента, гораздо ниже. В связи с этим особую популярность сейчас обретают формат видео и визуализации данных, а также подкасты. Используются все каналы, которые могут помочь в распространении информации и все инструменты для ее обработки – текстовый, аудио, видео, фото и т.д. Так появляются инновационные стратегии в работе медиа..

**Инновационные стратегии** – стратегии ведения СМИ и подготовки журналистских материалов в соответствии с современными трендами и требованиями, которые задает аудитория потребителей медиаконтента. Например, инновационной можно назвать стратегию, при которой СМИ отказывается от соц.сетей как от платформы распространения материалов с сайта и привлечением туда аудитории из социальных сетей. Вместо этого, СМИ в таком случае может использовать социальные сети как отдельную платформу для публикации оригинального либо сильно адаптированного под особенности социальной сети контента.

В данной статье **рассмотрены** тенденции в мировой практике журналистики и медиаменеджмента, а также среди казахстанской аудитории.

В результате изучения мирового и казахстанского медиарынка в статье приведен анализ современных стратегий медиаменеджмента, медиапублицистики, а также инструментов, которые актуальны в современной журналистике. Также определены тенденции в развитии журналистики: как мировой, так и казахстанской.

Данная статья может быть полезна для журналистов, редакторов и медиа менеджеров и специалистов в области PR и маркетинга.

С развитием технологий интернета в конце XX века и активным его распространением в начале 2000-х, коммуникация и ее формы стали активно меняться. Скорость распространения информации значительно сократилась: позвонить стало возможным когда и куда угодно; чтобы прочесть новость перестало быть нужным покупать газету/журнал – достаточно стало просто зайти на сайт в любую минуту и получить необходимую информацию – можно даже и не ждать выпуска печатного издания; телевизоры, стали сдавать свои позиции онлайн-платформам. На них ведь не нужно ждать определенного дня и часа, чтобы начать просмотр, а еще можно взять и остановиться на моменте, который более всего заинтересовал.

Еще больше информационный мир стал меняться с появлением социальных сетей – Instagram, Facebook, ВКонтакте, Twitter; и мессенджеров – WhatsApp и Telegram. Охваты общества информацией сейчас достигли высочайших значений – еще никогда сарафанное радио не было таким быстрым. Однако, с ускорением темпа распространения информации изменилось и готовность принимать какую-либо информацию – когда ее слишком много, внимание чем-либо привлечь очень сложно.

Естественно, вместе со всеми этими изменениями не могла не измениться и журналистика – по сути, производственный цех той самой информации, о которой идет речь. Печатную журналистику выдавили цифровые форматы распространения информации – многие издания отказались от печатных версий либо же значительно сократили тираж, телевизионные форматы – сдаются под натиском видео платформ, преимущественно YouTube.

Изменения в восприятии количества информации и готовности аудитории обратить на нее внимание, о чем написано выше, привели к тому, что количество информации, помещенной в сообщение, стало уменьшаться. Больше внимания стало уделяться тому, насколько быстро эта информация будет изучена от начала до конца и распространена между другими получателями. Новостные заметки приобрели максимально сжатый формат короткого известия. Так, инфоповоды стали обрабатываться не-

сколькими противоположными друг другу форматами: короткая новостная заметка (появляющаяся практически сразу после произошедшего события) и аналитический материал (большой лонгрид, если это печатная журналистика, и большой телесюжет в случае телевизионной журналистики).

Тем не менее несмотря на такие изменения, лонгриды и большие журналистские материалы получили второе дыхание. Во многом, благодаря современным инструментам, которые предоставляют визуализировать большой объем информации, делая ее более удобной в восприятии.

Так, во многих авторитетных изданиях стали активно появляться большие спецпроекты, включающие в себя видеоматериал, фотографии, инфографики (статичные и динамичные/интерактивные – The New York Times теперь систематически публикует большие data-истории, которые позволяют наполнить сырую статистику интересными деталями и преподнести ее в популярном, довольно эффективном, формате сторителлинга).

По опыту своей профессиональной деятельности, хочу заметить, что одним из эффективных инструментов по увеличению вовлеченности читателя в изучение контента, является тест. Во-первых, интерактивная форма уже сама по себе разрушает стену между читателем и СМИ, давая ему возможность проверить и получить знания. Во вторых, удовлетворяет личностные потребности читателя участвовать в чем-то, проверять себя, побеждать и делиться результатами. Если окажется, что читатель после прохождения теста обнаружил, что многого не знал, то дальше по статье будут даны ответы. Так СМИ сразу может создать у человека потребность в получении информации и удовлетворить ее практически одновременно. Тем не менее, даже отдельно взятый элемент мультимедийного проекта может являться вполне себе обособленным. “Мультимедийная история имеет ценность, даже если пользователь соприкоснулся с одним только ее элементом. Контекст и объемное понимание истории наращивается, комбинируется из нескольких мультимедийных кадров” (Оксана Силантьева, «Как новые медиа изменили журналистику 2012 – 2016») [1].

В социальных сетях таким инструментом может послужить “опрос” в Instagram Stories. Вопросы должны быть закрытого

формата – “да”/”нет”. Конечно, как обособленный элемент, не связанный с основным телом мультимедийного проекта, опрос в инстаграме существовать не может. Но как механизм подготовки читателя и вовлечения его в изучения материала, на который в следующей stories будет вшита ссылка, вполне себе работоспособный.

Большие журналистские материалы сейчас – это не просто том текстовой информации, подкрепленный несколькими фотографиями. Сейчас это большие мультимедийные проекты, внутри которых и текст, и фото, и видео, и дата-инфографики и даже интерактивные элементы: опросы и викторины, которые повышают вовлеченность читателя к тому, чтобы закончить изучение материалы.

Инстаграм, в этом плане, – удобная платформа, которая позволяет использовать и текстовый формат – описание под самим постом + возможность разместить текст на самом изображении поста/карусели, и визуальный – возможность подкрепить карусель (до 10 слайдов) видео/фото материалом. Таким образом, внутри даже одного поста информацию можно разбить на массу мультимедийных элементов. К тому же преподнести информацию в интересной форме и зацепить внимание аудитории можно с помощью внутренних инструментов Instagram, которые открывают возможности интерактива, – викторины и голосования в stories.

Социальные сети стали активно использоваться медиа как каналы для распространения ссылок на свой материал, который, как правило, по-прежнему находится на сайте. Согласно исследованию App Annie за 2020 год, на мобильные приложения теперь приходится 10 из каждых 11 минут пользования мобильным устройством, а на просмотр веб-страниц уходит только 9 % нашего «мобильного времени» (Digital 2020).[2]

В пользу подхода, при котором большое внимание при подготовке контента уделяется особенностям социальных сетей, говорит и статистика по росту популярности социальных сетей по всему миру. Так, с 2014 года общее число пользователей социальных сетей в мире почти удвоилось. Сейчас – это около 3,49 миллиарда человек (Global Digital Report, 2019) [3]

Вместе с развитием социальных сетей СМИ стали терять ту часть аудитории, которая попадала на сайты через социальные

сети. Отчасти из-за того, что социальные сети стали обеспечивать тем контентом, который раньше аудитория получала исключительно на сайтах. Отчасти, из-за того, что социальные сети стали стараться привлекать к себе аудиторию, а не перенаправлять на сторонние платформы, что, в общем-то, вполне логично. Об этом в комментариях adindex говорят медиаменеджеры, издатели и редакторы соседних российских СМИ.

Например, парадигма «пользователь не должен покидать платформу» окончательно победила, считает Алексей Пономарь – издателя “Лайфхакера”[4]. Издатель новостного сообщества “Лентач” Артем Крашеников считает, что платформа (“Яндекс.дзен” – прим.автора) перестает быть донором трафика для СМИ и развивается в полноценную блог-площадку, на которой в будущем могут вырасти полноценные медиа.

В этой статье мы разберем современную стратегию ведения медиа, при которой оно существует исключительно в социальных сетях/сети без сайта, а также отметим еще одну тенденцию – рост популярности мультимедийных проектов в журналистике. При этом будут приведены результаты опроса, по результатам которого будут даны ответы на следующие основные вопросы:

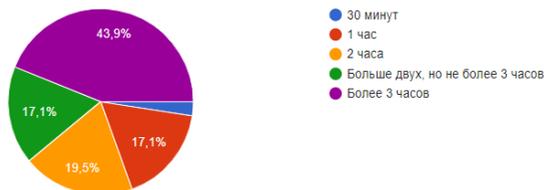
1. Наблюдается ли в Казахстане рост популярности социальных сетей по отношению к сайтам;
2. Где казахстанцы активнее всего реагируют на журналистский медиа-контент?
3. С чем связан уход казахстанцев в социальные сети?
4. Склонны ли казахстанцы считать, что время популярности сайтов полностью закончится?

Для анализа казахстанского рынка мною был проведен социологический опрос. В нем приняли участие 41 респондент. Практически все они – активные пользователи социальных сетей, которые часто читают информационные материалы. Возраст респондентов – от 18 до 65 лет; образование – высшее/неоконченное высшее.

Как и было сказано выше, все респонденты – активные пользователи социальных сетей и читатели информационных материалов. 43,9 % опрошенных пользуются социальными сетями более 3 часов в день, еще 17 % – более двух, но менее трех.

Как много времени вы проводите в социальных сетях ежедневно

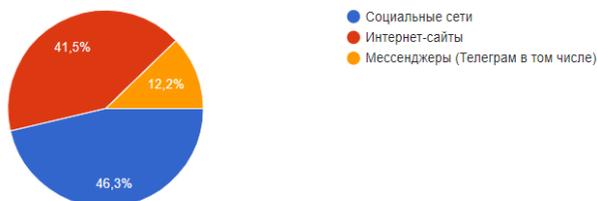
41 ответ



Двигаясь по его результатам, можно прийти к выводу, что половина респондентов склонна считать социальные сети основной площадкой для получения информации – 46 %, еще 41,5 % получают больше информации из интернет-сайтов.

Где вы находите интересную вам информацию?

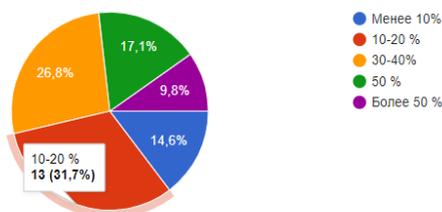
41 ответ



При этом общий процент контента от СМИ у респондентов в большинстве составил от 10 % до 20 %.

Какой объем от общей информации, получаемой в социальных сетях, составляет контент от СМИ?

41 ответ

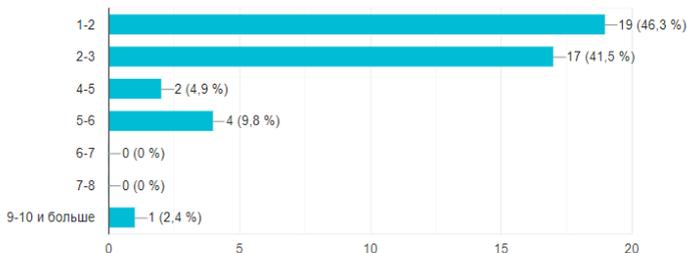


Заинтересовывают респондентов в большинстве 1-2 ссылки (46 % респондентов) на страницы, ради которых они готовы кликнуть по ним и покинуть социальную сеть. На втором месте – 2-3 ссылки (41,5 % респондентов), на третьем – 5-6 (9,8 %), на 4 – 4-5 (4,9 %).

На какое количество ссылок, встречаемых во время сеанса, вы обычно кликаете?



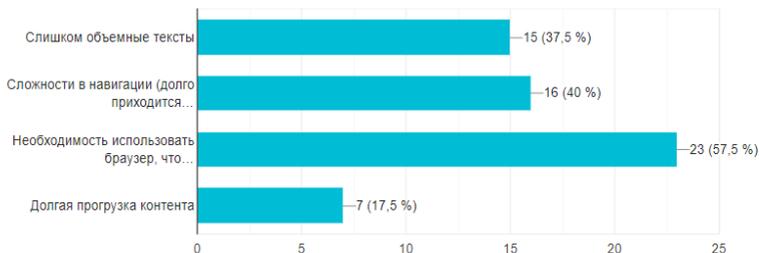
41 ответ



При этом главными сложностями, которые отпугивают респондентов сразу посещать информационный сайт, чтобы получить нужную информацию – необходимость тратить время на пользование браузером (так ответили 57,5 % респондентов), сложности в навигации (40 %), слишком объемные тексты (37,5%), и долгая прогрузка контента (17,5 %).

В чем медиа, расположенное на сайте, проигрывает медиа в социальных сетях?

40 ответов

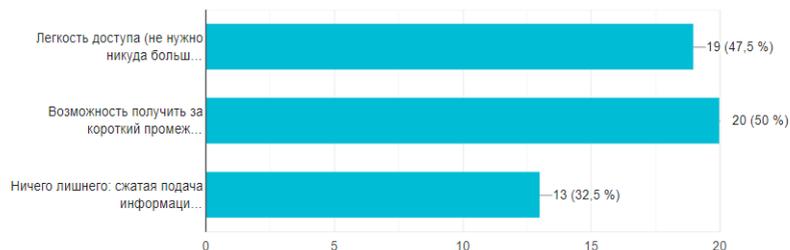


Главными приоритетами социальных сетей респонденты назвали: возможность получить за короткий промежуток

времени самый разнообразный контент – 50 %, легкость доступа к информации (не нужно куда-то переходить по ссылкам) – 47,5 %, сжатая и не времязатратная подача информации – 32,5

Что вас привлекает в социальных сетях как в платформах для получения информации?

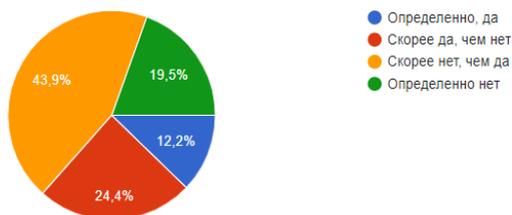
40 ответов



Почти половина респондентов, тем не менее, не уверена, что будучи только в социальных сетях, можно получить полную и достоверную информацию – к такому мнению склоняются 43,9 % проголосовавших. Категорично по отношению к информации в социальных сетях настроены около 19,5% респондентов.

Как вы считаете, возможно ли получить полную и достоверную информацию только в социальных сетях?

41 ответ

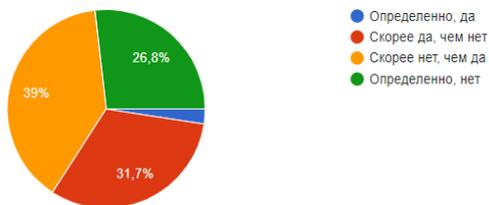


Говоря о том, изживает ли себя время сайтов и перетечет ли медиаконтент полностью в социальные сети с сайтов, респонденты ответили так: 39 % считают “скорее нет, чем да”, 31 % скло-

няются к варианту “скорее да, чем нет”, около 27 % уверенно ответили “нет”.

Считаете ли вы, что медиаконтент скоро полностью перетечет в формат социальных сетей, а сайты исчезнут?

41 ответ



Но если и не заменят, то современным СМИ пора всерьез задумываться о том, чтобы и максимально адаптировать свои материалы под форматы социальных сетей либо производить уникальный контент.

Интернет-издания скоро разделятся на core- и meta-части, то есть станут мультиплатформенными. Core – это наши сайты и приложения, meta – это контент для других площадок, при этом важно понимать – не тизеры, а полная подача материала (Сергей Паранько, «Как новые медиа изменили журналистику 2012 – 2016»).

### Выводы

Изучив один из лидирующих рынков в области создания журналистского и медиаконтента – западный медиарынок – можно прийти к выводу, что в ближайшее время журналистика продолжит терпеть изменения: форматы могут меняться, могут появляться новые инструменты, аудитория может приобрести новые особенности касательно восприятия медиаконтента.

Даже сейчас ясно видно, что формат СМИ, которое существует только на сайте и использует исключительно текстовый инструментарий, устареваает. Аудитория, в том числе казахстанская, как следует из проведенного мною опроса, предпочитает краткую, сжатую и ясную подачу информации и очень избира-

тельно относится к контенту, на который она готова выделить свое время.

### Литература

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016, 2016, <http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf>
2. Digital 2020, <https://wearesocial.com/digital-2020>
3. Global Digital Report, 2019, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
4. <https://adindex.ru/specprojects/mediabusiness-2018/174882.phtml>

**Аннотация.** В статье исследуются изменения в области журналистики и распространения контента: какие сейчас стратегии существуют в журналистике и медиаменеджменте. Также в статье задаются вопросы: вытеснят ли социальные сети с рынка сайты и как журналистика меняется под их влиянием.

**Ключевые слова:** медиапублицистика, мультимедийная журналистика, медиаконтент, социальные сети, журналистика, казахстанский опыт

**Abstract.** The article examines the changes in the field of journalism and content distribution: what are the current strategies in journalism and media management. The article also asks the question: will social networks oust sites from the market and how journalism is changing under their influence.

**Андатпа.** Бұл мақалада журналистика саласындағы өзгерлер және контенттің жаралуы туралы зерттеу жүргізілген: қазір журналистика пен бұқаралық ақпарат құралдарында қандай стратегия орын алған. Сонымен қатар мынандай сұрақ туындайды: әлеуметтік желілер сайттарды шарықтан шектетім тастамайды ма және журналистика солардың ықпалымен қалай өзгерді.

Куценко И.А.

### **Язык тоталитаризма в гуманитарной парадигме исследований**

Живя в современном обществе, мысля обиденным языком, уже давно вошедшим в обиход как устойчивое средство коммуникации, мы все дальше отдаляемся от языка стандартного, принимая современный язык за классическую форму его существования. Язык Германии в 30-40-е годы можно рассматривать в разных формах его проявления в обществе. Во-первых, язык использовался как инструмент влияния на народные массы. Во-вторых, принято считать, что своим языком немцы выражали свое этническое превосходство. Суть проявления языка, как правило, кроется в той функции, которую он выполняет в данный период. «Возникновение социальных структур совместного общественного сосуществования немислимо без языка» – утверждал немецкий медиа-аналитик Эрих Штраснер [1: С.35]. Язык сохраняет нормы возникновения социальных структур. Также благодаря языку этническая группа не так подвержена к исчезновению. Через язык зарождается новое общество. Индивид в свою очередь посредством языка принимает новые взгляды и нравоучения общества и помещает их в собственном мировоззрении. Таким образом, язык попадает в поле зрения политических стратегий и уже из этого формируется идеология. Распространение учений внутри общества принято называть пропагандой. А уже пропаганда влечет за собой реализацию власти. «Власть не только опирается на физическое воздействие, но и использует язык как средство для покорения сознания людей», писал Штраснер [1: С. 88]. Физическое насилие имеет лишь долгосрочную перспективу и влечет за собой трагические последствия. Для того чтобы править народом, совсем не обязательно применять физическое насилие, можно просто обойтись одним языком. Порой приказывать людям не обязательно, главное привить в них желание следовать поведенческим моделям. Любая политическая система по-разному применяет язык.

### Анализ «речи Йозефа Геббельса о тотальной войне»

«Идиомы, наборные формы изменялись в режиме многократной повторяемости, причем народом они перенимались механически и бессознательно» – неоднократно говорил немецкий писатель и журналист Виктор Клемперер [2: С.73] В речах руководителей НСДАП отслеживаются «новые правила», применяемые для словоупотребления. В речах вводятся новые словосочетания, не имевшие место быть когда-либо ранее. Ярким примером этому служит «тотальная война» (der «totale Krieg»). В ходе анализа мне удалось выявить 3 значительных свойства, которыми был наделен язык той эпохи:

1) Во-первых появилось такое понятие как «масса». Поэтому все чаще пришлось говорить о людях в большом количестве. После смены власти начали активно пользоваться множественным числом (по-немецки „Plural“). „Ich weiß nicht wieviele Millionen Menschen,über die Ätherwellen mit uns verbunden“ («я не знаю, сколько миллионов людей, с которыми мы связаны через радиоволны..») – такой прием Геббельс использовал в начале своего выступления [4: С.56]. Это делалось для того, чтобы сплотить людей. Он хотел выделить свой народ и тем самым показать превосходство среди других.

2) Далее отчетливо видно чрезмерное употребление прилагательных в превосходной степени. Почти все прилагательные в речи используются в «суперлативе», т.е. превосходной степени. «Ich will deshalb meine Ausführungen mit dem ganzen heiligen Ernst und dem offenen Freimut,den die Stunde uns erfordert, ausstatten“ («Поэтому я хочу наделить свои высказывания самой полной и святой серьезностью и искренностью, требуемой в этот столь ответственный час») – так выражался известный соратник предводителя Германии [5,аб. 6]. Он использовал это для того, чтобы народ привыкал, видеть и слышать мир только в его «отличительном и безукоризненном» проявлении. В Германии существовала пропаганда «перфекционизма». Взрослым говорили, что мир должен быть идеален. Идеальной должна быть и сама жизнь. Взрослые воспитывали своих детей так, чтобы они стремились выполнять все правильно, избегая упреков со стороны родителей. Концепция «сверхчеловека», которая предполагала «совершенство в человеке», была заложена еще задолго до по-

явления национал-социализма великим немецким философом Фридрихом Ницше. В ней говорилось, что любой ариец должен вносить несоизмеримый вклад в науку Германии или хотя бы выполнять высококачественный труд.

3) В тексте речи наблюдается неоднократное употребление предложений с условным придаточным. В начале предложения стоит «конъюнктив II». В немецкой грамматике его используют для того, чтобы указать на то, каким отрицательным мог бы быть результат, если бы своевременно не было бы выполнено соответствующее действие. „Wäre die deutsche Wehrmacht nicht in der Lage, die Gefahr aus dem Osten zu brechen, so wäre somit das Reich in kurzer Folge ganz Europa dem Bolschewismus verfallen“ («Если бы власти Вермахта не были бы в силах противостоять натиску со стороны Востока, то Рейх бы вскоре пал на глазах всей Европы от рук большевизма») – с интонацией на слова „wäre“ выразился знаменитый политик [4, аб.5]. В основном «конъюнктив II» используется в целях предотвращения каких-либо действий, влекущих за собой необратимые последствия, однако здесь политик намеревался выразить гордыню и высказаться о уже предотвращенных действиях. Условная форма Геббельсом применяется для того, чтобы аудитория смогла вообразить, с какими трагическими последствиями Германии пришлось бы жить, если бы власти вовремя не сделали бы все необходимое для предотвращения этих событий.

Исходя из анализа можно сказать, что язык Германии 30-40-годов стал более выразительным, в отличие от классического немецкого языка, за основу которого брались тексты католической церкви, Благодаря ему представлялось возможным, искусно критиковать и анализировать.

При рассмотрении языка Советского Союза в 30-40 -е годы складывается другая реальность. Язык в Сталинскую эпоху отличался своими экстраординарными чертами. «Язык это некое явление, которое создается на глазах вместе с ментальной картиной доисторического прошлого», – пишет историк культуры, профессор Шефилдского Университета, Евгений Добренко [3: С.92]. Языковая картина в СССР свойственно тем, что в ней отражались новые стили, которые существенно повлияли на политическую систему.

### Анализ речи С.М Кирова на XVII съезде ВКП(б)

В качестве описания языковой картины эпохи советского тоталитаризма мною была проанализирована речь первого секретаря Ленинградского обкома ВКП(б) Сергея Кирова от 31 января 1934 года. При анализе удалось выявить 6 принципов, на которых строилась система языка той эпохи.

1) Неотъемлемой и в тоже время самой существенной чертой было проявление дружелюбия и знака равного уважения ко всем соотечественникам. А отражалось это в одном лишь слове «товарищи». Оно смогло не только стать устойчивым в то время, но и по сей день используется как идиома, в особенности историками, когда они ретранслируют сути исторических отрывков. Это слово видно практически в каждом абзаце. Конечно же, данный прием наиболее ярко отражает политику коммунизма, по которой все граждане равны и все воспринимаются одинаково в виде неких товарищей. Учитывая тот факт, что СССР не единственная страна, где существовал коммунизм, этим можно подчеркнуть отличительную черту советского социализма, где действительно старались сплотить все народы и сословия. В отличие от Китая, где народ и так уже на протяжении столетий был сплочен, не хватало лишь руководителя. В СССР помимо руководителя еще требовалась правильная тактика соединения и сближения. Под словом «товарищ» представлялся человек, выходец из РСФСР либо же одной из республик, будучи верным партии и своему народу.

2) Второй принцип, прослеживаемый в тексте выдающегося политика это то, что в нем крайне редко упоминалось слово СССР. Взамен на это шли местоимение «мы» и «Сталин». «Десять лет тому назад мы похоронили того, кто создал нашу партию, кто создал наше пролетарское государство» – так Кирова высказывался об одной из самых значимых потерь в истории советского социализма, уходе Владимира Ильича [6, аб.4]. Изначально идеология коммунизма подразумевала лишь, то что результат будет достигнут путем совместных усилий целостного народа. Но на практике в разных странах был применен свой режим. Несмотря на режим автократии, местоимение «мы» должно было косвенно выражать идею страны.

3) Заметен тот факт, что в тексте Кирова имя первого секретаря партии употребляется слишком часто. В современном мире уже не принято в выступлениях постоянно произносить имена

президентов или влиятельных политиков. На сегодняшний день исключением может быть лишь только Северная Корея, где имя Ким Чин Ина в прямом смысле олицетворяется и возвышается. Во всех остальных странах это воспринимается как лексический повтор и таким образом нарушает грамотность текста. Однако в СССР считалось невежеством, когда имя вождя упоминалось редко. Имя руководителя Советского Союза следовало возвысить на особый пьедестал.

4) В тексте Кирова часто можно встретить наречия «верно» и «правильно». Они не только подчеркивают утвердительность высказывания, но и выстраивают принцип, по которому соратник Сталина сам же отвечает на собственно выдвинутый вопрос. Целью этого средства монологической коммуникации является показать оправданность проблем повестки дня. Даже если при решении проблемы не удалось прийти к консенсусу, по крайней мере был ответ.

5) В глаза бросается также лаконичность в тексте. Нужно отметить, что в 21 веке многие политики выступая перед правительством, преподносят готовый, заученный и порой даже зачитанный текст. Тексты иногда написаны слишком тяжелым и научным языком и иногда не всегда доступны обычным гражданам, а лишь тем, кто грамотен в политологических терминах. Типичный текст советского социализма, впрочем, как и текст С.М Кирова был открытым и понятным, даже если в нем в некоторых местах присутствовала небольшая научность.

6) Значительное число неологизмов имеют место быть в речи знаменитого государственного деятеля. В сегодняшнее время, конечно, заимствованные слова приходят к нам быстрее, чем мы это можем себе представить. Приходят они конечно через наплыв зарубежных средств массовой информации и через интернет. В то время введение новых слов, пришедших с запада, было целым событием. Как они пришли в русский язык, это, конечно же ясно. Тут было 2 хода развития сценарий. Первый это завоз новых слов Петром Великим и второй, то что русские дворяне общаясь на французском, заимствовали новые слова в лексику. А вот как слово «оппортунизм» [6,аб.8] попало в текст Кирова вызывает удивление. Слово «opportunity», что означает возможность, почему-то носит в себе черты какой-то современности. Словно текст читал не Киров, а политик нашего времени. Наверняка до

прихода к власти коммунистов не было слова «оппозиция» [6, аб. 11], впрочем, в мире было не так уж много противоборствующих сил в политике одной страны, отношения выяснялись в средневековье совсем другими методами.

Проанализировав выступление Сергея Кирова можно прийти к многим выводам. Но самым значительным является лишь одна вещь. Этим можно охарактеризовать язык сталинизма и подвести тождество. Это отсутствие сакральности, религиозности в языке. Религия была искоренена, а язык как следствие подвергся стилистическому изменению. Возник новый «Сталинский стиль». В вербальной речи, будь она устной или письменной, больше не присутствовало понятие «вера». Не было больше веры, что все будет хорошо, не было веры в Бога. А была «уверенность», причем четкая и неоспоримая. Уверенность и убедительность в воле делала человека настолько спокойным, что ему больше и не требовался Бог. Оптимизм наполнял эмоции людей настолько, что идеология становилась кредо в жизни соотечественниках. Естественно это никак не могло не отразиться на стиле самого языка. В нем появились более четкие понятия, набор новых терминов. Где-то присутствовала и научность. Хотя в то же время, не скажешь, что он недоступен к пониманию. Читая тексты сталинской эпохи, смысл остается вполне понятным. В отличие, например, от древнерусского церковного языка, где обычный представитель сегодняшнего русскоговорящего общества понял бы долю из содержания. Язык сталинизма для нас является даже более открытым и доступным, чем язык 19 века. И все это благодаря тому, что больше не было абстракций, не священности и если одним словом высказаться, не было больше монархии. На смену власти пришел и новый стиль языка, вместе с идеологией в государстве.

В заключении статьи хотелось бы сказать, что я пришел к выводу, что на язык могут оказывать воздействие факторы разного уровня, но мы порой не замечаем их влияние. Язык изменяют не сами люди, язык изменяет тот образ жизни, к которому они прибегают. Исследования эстетики языка показали, что смена власти может хорошо сказаться на риторике. Так случилось в Германии в 30-40 -е годы. Выразительность и убедительность в языке стали условиями его прогресса. Язык испытал своего расцвета и в эпоху Сталина в СССР, и даже смог достичь своего апогея, став точным и истинным, перестав быть незатейливым.

### Литература

1. Erich Strassner .Ideologie – Sprache – Politik. Grundfragen ihres Zusammenhangs (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft. Bd. 37). Niemeyer, Tübingen 1987
2. Viktor Klemperer. LTI – Notizbuch eines Philologen. Aufbau Verlag, Berlin 1947
3. ДОБРЕНКО Е. Поздний сталинизм: эстетика политики. Москва, 2020
4. file:///C:/Users/Илья/Documents/Sprachgebrauch%20im%20Nationalsozialismus.pdf
5. [http://www.emersonkent.com/speeches/wollt\\_ihr\\_den\\_totalen\\_krieg.htm](http://www.emersonkent.com/speeches/wollt_ihr_den_totalen_krieg.htm)
6. [https://slanist.ru/publ/persogalii/kirov\\_s\\_m/xvii\\_sezd\\_vkr\\_b\\_26\\_01\\_10\\_02\\_1934\\_rech\\_tovarishha\\_kirova/264-1-0-1859](https://slanist.ru/publ/persogalii/kirov_s_m/xvii_sezd_vkr_b_26_01_10_02_1934_rech_tovarishha_kirova/264-1-0-1859)

**Аннотация.** Данная статья служит отправной точкой для выяснения особенностей языка тоталитарной эпохи и их проявлений в средствах массовой информации Германии и Советского Союза того периода. В статье основной опорой делается на выяснение разницы между языком тоталитаризма и классическим языком. В статье используются научно-эмпирические методы исследования. Материальная база основывается на документалистике. Исследование опирается на речи центральных фигур в истории двух держав и их соратников, произносимых на трибунах перед широкой аудиторией. В качестве материальной базы исследования была взят язык в его вербальном проявлении.

**Ключевые слова:** риторика, народные массы, идеология, языковая картина, дискурс, тотальная логика, модель подчинения, социальные структуры

**Abstract.** This article serves as a starting point for clarifying the features of the language of the totalitarian era and their displays in the mass media of Germany and the Soviet Union of that period. The article focuses on the ascertainment of the difference between the language of totalitarianism and the classical language. The article uses scientific and empirical research methods. The material ground is based on documentary. The study is based on the speeches of the central figures in the history of the two powers and their companions, delivered at the stands in front of a wide audience. The language in its verbal hypostasis was taken as the material base of the research.

**Key words:** rhetoric, popular masses, ideology, language picture, discourse, total logic, model of subordination, social structures

**Андатпа.** Бұл мақала тоталитарлық дәуір тілінің ерекшеліктерін және сол кезеңдегі Германия мен Кеңес Одағының бұқаралық ақпарат құралдарындағы көріністерін айқындаудың бастапқы нүктесі ретінде қызмет етеді. Мақалада тоталитаризм тілі мен классикалық тілдің арасындағы айырмашылықты анықтауға баса назар аударылған. Мақалада ғылыми және эмпирикалық зерттеу әдістері қолданылады. Материалдық база деректіге негізделген. Зерттеу екі мемлекет тарихындағы орталық қайраткерлер мен олардың серіктерінің сөйлеген сөздеріне сүйене отырып, кең аудитория алдында айтылды. Тіл өзінің вербалды көрінісі бойынша зерттеудің материалдық базасы ретінде алынды.

**Түйін сөздер:** риторика, танымал бұқара, идеология, тілдік сурет, дискурс, жалпы логика, бағыну моделі, әлеуметтік құрылымдар

УДК 2:[001+62]

Лифанов С.А.

### **О «новых» религиях информационного общества**

Основной темой данной статьи является анализ качественно различных типов существования религии в киберпространстве.

Понятие виртуальная религия исследуется в различных контекстах. В частности, это разделение на цифровизацию религии (с сохранением ее базовых атрибутов) и киберрелигии, традиционных аналогов которым уже не существует. Разноплановую оценку данным процессам дали приверженцы сциентизма и технократизма, технофобы, и те, кто придерживается более умеренных взглядов. В исследуемом аспекте поднимаются некоторые вопросы о будущем характере религии и духовности в киберпространстве [1].

Вначале происходит чисто внешнее формальное вхождение религии в киберпространство, и использование его как коммуникативного канала. Этот процесс можно определить как количественное, экстенсивное расширение. На следующем этапе начинается качественная трансформация религиозности, которой уже не нужны «реальные» формы существования.

Научные, технологические, информационные и иные революции второй половины XX в. значительно изменили сознание людей. Кардинальные преобразования в массовом сознании, наряду с развитием компьютерных технологий, в большой степени укрепили релятивистский подход, размывая грань между реальностью и виртуальностью. Возможности создания иллюзорных миров, практически неотличимых от действительности, с помощью кибертехнологий многократно увеличились. Одной из разновидностей реализации этих возможностей является формирование новых религиозных феноменов в киберпространстве.

Кроме того, одной из существенных особенностей современного развития является то, что интенсификация внедрения высоких технологий в повседневную жизнь сопряжена с кризисными явлениями в традиционных религиях, широким распространением «религий Нового века» [2], трансформацией религиозной

идентичности и появлением новой религиозной формации, содержанием которой является обожествление киберпространства [3, с. 349].

В качестве еще одного элемента методологической основы исследования феномена виртуальной религиозности в данной статье использована концепция гиперреальной религии Possamai A. [4].

A. Possamai рассматривает гиперреальную религию как «симулякр религии» [4], как «новые варианты spirituality, где традиционные и современные религиозные идеи потребляются и проектируются в совершенно реконструированных формах. Гиперреальные религии – это религии, основанные на символических репрезентациях религий, а не на их реальных репрезентациях, соответственно, их символы указывают на другие символы, а не на реальность» [5, с. 129].

Обращаясь к теоретическим построениям становится возможным ответить на вопрос о возможности создания принципиально новых форм религии, отличных не только от традиционных, но и от многочисленных новых религиозных движений (НРД) с их тягой к синкретизму, глобализму и попыткам объединить различные вероучения.

Происходящие в религиозной сфере процессы зачастую вызывают изменения в знаковой системе, приводящие к дискурсной трансформации, вплоть до формирования нового, альтернативного дискурса, который начинает конкурировать с изначально существующим в данной религиозной системе «материнским» дискурсом. Например, расхождение в богословских взглядах приводит к рождению различных богословских школ и направлений. Таким образом, в контексте данной работы конкурентный религиозный дискурс понимается как комплекс коммуникативных действий или событий, базирующийся на иных по отношению к традиционным в данной религиозной системе представлениях.

Религия как социально-культурное явление постоянно находится в состоянии динамического равновесия. Под влиянием определенных факторов – внутренних и внешних – там время от времени запускаются процессы, приводящие к изменениям не только в знаковой системе, но воздействующие на всю область религиозных отношений и на общественную жизнь в целом. В

связи с этим необходимо более подробно рассмотреть проблему социальных изменений применительно к религиозной сфере [6]

Особенности формирования современного техномира возможно обобщить в следующих положениях:

1) Достижение в развитии сетевых технологий как проявлений эмерджентности. Эмерджентность указывает на состояние развития систем, когда их свойства и характеристики превосходят, те что есть у каждого отдельного элемента. Это происходит и с сетью, и с коммуникативными процессами, и как следствие с религией.

2) Усложнении и расширении процессов сетевого взаимодействия. В формирующемся технообществе в большей степени именно сетевое взаимодействие координирует направление векторов распространения информации. Охватывая все социокультурное пространство, клипированные потоки информации оказывают централизованное воздействие на всю социальную структуру: усложняется социальная иерархия, активно развиваются социальные сети и сетевая культура в целом, тиражируется виртуальное пространство – пространство, наполненное симулякрами, усложняются система кодирования знания и сетевые методы управления интернет-коммуникацией [7];

3) Преобладание гипертрофированного индивидуализма и нарциссизм. Усиление субъективизма – уменьшению интереса к сути вещей при гипертрофии образа, имиджа, знака, виртуальности. В пространстве высокотехнологического общества наблюдается доминирование я-ценности над сверхличностными общественными ценностями, что приводит к смещению фокуса внимания с межличностных, т. е. социальных отношений на внутреннюю сферу индивида;

4) Визуализация культуры и формирование фрагментированного представления о реальности, некое недоработанное пиксельное мировоззрение. Это процесс включает и, так называемую, клиповости культурных форм, проявляющуюся во всех формах общественного бытия. Современный человек воспринимает все бытийное пространство через клип – отрывисто, без явных связей и взаимозависимостей. При этом у реципиента в поле зрения картинки и образы мгновенно сменяют друг друга, формируя при этом фрагментарный информационный поток, характеризующийся разнородностью поступающей информации [8];

5) И, наконец, собственно виртуализация практически всех элементов культуры, формирование так называемого общества «сетевых культур», как определяет его М. Кастельс. Весь мир, социум и каждый индивид в отдельности сегодня находятся в пространстве всеобщей виртуализации, которая охватывает все сферы жизнедеятельности. Этот глобальный процесс протекает в общемировом масштабе, и его пиковая активность иллюстрирует исключительную роль последнего. Значительными достижениями в становлении процесса виртуализации мы обязаны научно-техническому прогрессу, с которым напрямую связана новая ступень общественного развития. Глобальная виртуализация ступенчато формирует бытийную сферу социума – высокотехнологическую информационную реальность современности. Последняя становится непосредственной сферой жизнедеятельности современного человека как творца виртуальных миров, возмнившего себя, в очередной раз, центром мира.

Таким образом, в глобальной высокотехнологической информационной реальности современного мира происходит множество социокультурных процессов. В новой виртуальной реальности формируются и развиваются новые общественные и религиозные течения, создаются и функционируют электронные библиотеки, пишутся виртуальные компьютерные игры и др. Так, новые культурные паттерны погружают индивида в виртуальное пространство, предлагая ему реальность более ясную, чем реальность существования.

Среди приведенных выше типологий собственно новые религии киберпространства главный вопрос, заключается в выделении критериев, позволяющих методологически корректно отнести одни кибер-религии (*cyber-religion*) к принципиально новым, другие к «старым», но трансформирующимся под влиянием виртуальной реальности.

Рассмотрим в качестве примера несколько киберрелигий.

*Церковь Тьюринга* «The Turing Church» – <http://turingchurch.com/org/> [9]. Церковь Тьюринга – это онлайн-группа с общими космическими видениями, слабо определенными и с пространством для различных интерпретаций и расширений, позиционируемым как «галактика идей в постоянном сотрудничестве / конкуренции (вместо единой монолитной системы убеждений),

где есть место для многих подходов и точек зрения». Основана в 2011 году.

Церковь Тьюринга, как объясняют ее создатели, – это минималистская, открытая, расширяемая Космическая Религия. Минималистская – потому что это простая, компактная космология, сознательно открытая для интерпретации и без законов географии или зонирования. Открытая – потому что это основа минимализма, а также потому, что она открыта для всех и не навязывает законы о зонировании. Расширяемая – потому что она может быть использован в качестве основы или библиотеки и расширена вертикально.

Принципы организации:

- Открытость для всех;
- Отсутствие какой-либо центральной власти;
- Отсутствие регламентации стиля жизни;
- Этические рецепты: только один: «Попытайся действовать с любовью и состраданием по отношению к другим живым существам»;

- Официальные ритуалы: нет – участники сами должны разработать свои собственные ритуалы, в одиночку или в группах.

*Бог из машины (Deus ex machina)*. Несколько лет назад члены самопровозглашенного «рационалистического» веб-сайта сообщества LessWrong начали обсуждать мысленный эксперимент о всемогущей, суперинтеллектуальной машине – со многими качествами божества и чем-то вроде Бога Ветхого Завета, обладающего чрезвычайно мстительным характером. Его назвали Roko's Basilisk. Экстравагантный, как показалось многим изначально – Roko's Basilisk, когда он только был предложен на LessWrong, вызвал достаточный общественный интерес. Однако, наибольший резонанс вызвала, вполне традиционная для теологических обоснований, идея о повсеместном присутствии «нового» бога – Roko's Basilisk, со ссылками на него, появляющегося везде от сайтов новостей до художественных фильмов, несмотря на заявления от некоторых рационалистов, что никто действительно не относился к нему серьезно. Здесь оказалась вполне уместной корреляция с другими восторженными и критическими оценками и описаниями искусственного интеллекта, способного созидать и разрушать мир. С точки зрения религиозной рациональности

(особенно аврамических религий), такой образ нового цифрового бога имеет своим основание образ и подобие человеку, а именно его индивидуальному сознанию, и последовательное преодоление ограничений, которые налагает на человека его телестность. И как только искусственный интеллект преодолевает смертные ограничения мораль становится лишь его добровольным выбором, иногда противоречащим беспристрастной логике. Вероятно поэтому, Roko's Basilisk никак не может превратиться в «доброе цифровое божество» (*benign digital deity*) [10]

Такие тайные верования возникали на протяжении всей истории, но непринужденность, с которой мы можем теперь построить сообщество вокруг них, является новой, отмечают исследователи. «У нас всегда были новые формы религиозности, но у нас не всегда были места предоставления возможностей для них», отмечает Бет Синглер, которая изучает социальные, философские и религиозные тенденции в Кембриджском университете. Представьте гипотетически ситуацию презентации своих религиозных идей в эпоху Средневековья, которая будет выглядеть как «выход на средневековую городскую площадь и выкрикивание ваших неортодоксальных верований». Их дальнейшее распространение, с одной стороны ограничено «присутствовавшими» на площади, с другой, пресекается тем, что новатора почти сразу должны маркировать как еретика [11]. Таких проблем, безусловно, нет в условиях цифровой реальности на фоне того уровня свободы самовыражения, который достигнут в современной культуре.

Это не единственный пример. В бестселлере «Хомо Деус: Краткая история завтрашнего дня» («*Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*») [12] автор – Yuval Noah Harari, утверждает, что фонды современной цивилизации разрушаются перед лицом еще одной новой религии, которая только находится на стадии становления. Он называет ее «Dataism». В ее основе лежит идея, что, предаваясь потокам информации, мы можем преодолеть наши земные проблемы и связи.

*Религия на блокчейне “0xΩ” (Zero Ex Omega).* Бывший руководитель крипто-проекта «Augur» Мэтт Листон (**Mett Liston**) основал собственную религию на блокчейне под названием “0xΩ” (*Zero Ex Omega*). «Augur» – это децентрализованная рыночная платформа для прогнозирования, построенная на блокчейне

Ethereum. «Augur» позволяет пользователям создать прогноз рынка, а собственно блокчейн (*blockchain*) – является элементом построения современных баз данных и находит применение в таких областях, как финансовые операции, идентификация пользователей или создание технологий кибербезопасности [13]. В общем то, принципиально далекая от религии цифровая технология.

Крипторелигия «0xΩ» предполагает расширение понимания блокчейна с обычной технологии до сферы, полностью завладевшей человеческими мыслями. По словам М. Liston, цель проекта – это поощрение роста индивидуального взаимодействия с религиозной структурой по принципу группового участия в коллективном сознании, где сама структура является богом [14].

У религии есть своя криптоиконопись – площадка позволяет заказывать работы у художников, что делает «0xΩ» похожей на католическую церковь. Автор подчеркивает, что рассчитывает привлечь к проекту деятелей искусства и планирует использовать блокчейн для популяризации их работ подобно тому, как это делала католическая церковь в прошлом. М. Liston говорит, то схожесть религиозности, евангелического рвения и истерии вокруг криптовалют вдохновили его создать духовную систему, основанную на блокчейне. «Ценность криптовалют определяется только самими людьми. В нашей вере в них есть признаки религиозной системы».

“0xΩ” выпустит собственный токен (компактное устройство, предназначенное для обеспечения информационной безопасности пользователя, также используется для идентификации его владельца, безопасного удаленного доступа к информационным ресурсам и т.д.). Также у проекта есть «белая книга», которая называется «пламенной».

Важно отметить, что в современном коммуникативном пространстве продолжается обсуждение этих проблем, и диспуты на данную тему представляют собой смесь серьезной философичности, теологии, критики, клоунады, иронии и невежества – всего, что соответствует составу участников. В связи с этим, современные религиоведы и теологи должны быть готовы в будущем к встрече с влиятельной кибертеологией.

### Литература

1. Maxwell P. Virtual Religion in Context // Religion. -Митрохин Л.Н. Религии «Нового века». – М.: Советская Россия, 1985. – 157 с.
2. Helland Christopher. Surfing for Salvation // Religion. – 2002. – 32. – Р. 293–303.
3. Possamai A. Religion and Popular Culture: A Hyper-Real Testament. Brussels, 2005. -Хамидулин А.М. Мистицизм с точки зрения метафизики виртуальности // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. –2017. – Том 18. Выпуск 2. – С. 162-167.
4. Погасий А.К. Концепция конкурентных религиозных дискурсов // Феномен религии и религиозности: концептуализация в академическом философском религиоведении: монография / под ред. Е.И. Аринина; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2015. – С. 232-258
5. Храпов С.А., Лопатинская Т.Д. «Виртуальная религиозность»: социокультурная тенденция техногенного общества // Цифровизация общества и будущее христианства: материалы V Междунар. науч. конф. -Гаврилов Е.О. Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 3(28). – С. 177-183.
6. The Turing Church – <http://turingchurch.com/org/> [<http://turingchurch.com/org/> Дата обращения: 20.12.2020
7. Jamais Cascio Heaven or hell? New Scientist Volume 236, Issue 314714 October 2017. – P 24-25.
8. Tomorrow's Gods: What is the future of religion? <https://www.bbc.com/future/article/20190801-tomorrows-gods-what-is-the-future-of-religion>. Дата обращения: 08.01.2021
9. Harris M. God Is a Bot, and Anthony Levandowski Is His Messenger". Wired. Retrieved September 29, 2017. <https://www.wired.com/story/god-is-a-bot-and-anthony-levandowski-is-his-messenger> Дата обращения: 03.01.2021
10. Смеркис В. Мир на блокчейне: где уже применяется новая технология // Forbes, 09.06.2018 – <https://www.forbes.ru/tehnologii/362499-mir-na-blokcheyne-gde-uzhe-primenyuetsya-novaya-tehnologiya> 06.01.2021
11. Религия на блокчейне – <https://medium.com/@shelestcrypt/%B55d6353ab378d> Дата обращения: 08.01.2021

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению качественно различных типов существования религии в киберпространстве. Объясняется разделение на цифровизацию религии (с сохранением ее базовых атрибутов) и киберрелигии, традиционных аналогов которых уже не существует. В качестве еще одного элемента методологической основы исследования феномена виртуальной ре-

лигиозности в данной статье использована концепция гиперреальной религии Possamai A.

**Ключевые слова:** религия, наука, масс-медия, Интернет, виртуальная реальность.

**Abstract:** The article is devoted to the examination of qualitatively different types of the existence of religion in cyberspace. The article explains the division into digitalization of religion (while preserving its basic attributes) and cyber-religion, the traditional analogues of which no longer exist. As another element of the methodological basis for the study of the phenomenon of virtual religiosity, this article uses the concept of hyperreal religion by Possamai A.

**Key words:** religion, science, mass media, Internet, virtual reality.

Osmonova K.Sh.

### Кыргызстандагы жарнаманын улуттук-маданий өзгөчөлүгү

Жарнама заманбап коомдо маанилүү ролду ойнойт жана маалымат мейкиндигин маанилүү бөлүгү болуп саналат. Жарнама бир гана кызматтарды жана продуктуларды алдыга гана жылдырбастан, ошондой эле коомдун салттарын, эрежелерин жана баалуулуктарын түзөт. Маданияттын бир кубулушу катары жарнама мамлекеттин улуттук жеке өзгөчөлүгүн да чагылдырат. Жарнамалык билдирүүгө керектөөчүлөрдү кызыктыруу жана каармандардан баш тартпай кабыл алуу үчүн коомго улуттук кадаа-салттар, белгилүү образдар жана түшүнүктүү белгилер колдонулушу керек. Бул макалада биз Кыргызстандагы жарнаманын этномаданий образдардын колдонулушун классификациялайбыз.

Изилдөөчүлөр белгилегендей жарнамада образдардын колдонушу туралуу, этномаданий образ – “бул этникалык образды түзгөн кубулуш катары улуттук мүнөз болуп эсептелет”. Кадимки элдик сапаттарга салттар, табиттер, адаттар, маданияттар, акыл-эс жана тиричилик кирет.

Кыргызстанда жарнама жаңы ишмердүүлүк катары XX-кылымдын 90 жылдарында пайда болгон. Жарнама ишмердүүлүгүнүн пайда болушу жана өнүгүшү өлкөдөгү рынок мамилесинин жаралуусу менен байланыштуу. Мындан тышкары өлкөнүн рыногуна эл аралык чет өлкөлүк ишканалар кирип, Кыргызстандагы ишканалар арасында атаандаштык өсө баштаган. Жарнама ишмердүүлүгүн өнүгүшүнүн мезгилинде өлкөдө сырткы жарнамага багытталган алгачкы жарнамалык агенттиктер пайда боло баштаган. Жарнамада этномаданий образдарын колдонулушу жеке улуттун көрсөткүчү катары алгач жарманын өзүнө көңүл бурдурут, тарыхына, маданиятына жана коомдун маанилүү иш чараларына кызыкчылыкты жаратат. Бул магистирдик иште биз Кыргызстандагы жарнаманын этномаданий образдардын колдонулушунун негизги тенденцияларын классификациялап карап чыгабыз:

*1. Элдик оозеки чыгармачылыкта образдардын жана белгилердин колдонулушу.* Мисалы алсак, “Манас” эпосундагы эпизоддор, ула-

мыштар, жомоктор жарнамаланган товардын негизинде камтылат. Көпчүлүк учурда кээ бир кыргыз элинин салттарынын элементтери, историзмдер, архаизмдер колдонулат. “Аю” компаниясынын суу продукциясынын аталышы “Ак тулпар” деп аталат. Кыргыз жомогунда “Тулпар”- баатырдын жоргосу, кенешчиси, жардамчысы жана алар биргеликте душмандарын жеңип, элди боштондуктан куткарышат.

2. *Тарыхый образдардын колдонулушу.* Жарнамада тарыхый образдарга кайрылуу көп санда колдонулат. Мисалы алсак, “Шоро” компаниясынын жарнамалык роликтеринде негизги каарман катары “Алай ханышасы” Курманжан Датка кыргыз элинин улуттук символдорунун бири болгон эрктүүлүктү, айкөлдүктү, эрдикти, акылмандыкты чагылдырат. Мындан тышкары “Жорго” такси кызматынын жарнамалык роликтеринде негизги каарман катары Алымбек Датканын образы берилет.

Кыргызстандагы аялдардын укуктарына арналган “Уламыштын төрөлүшү” деген социалдык роликте Курманжан Датканын образы да чагылдырылган. Кыргызстандын эгемендүүлүгүнө карата кыргыз улуттук валютасына бир катар роликтеринде да тарыхый каармандар-Курманжан Датка, Бүбүсара Бейшеналиева, Касым Тыныстанов, Абдылас Малдыбаев чагылдырылып, “Элдин нак байлыгы – анын инсандары” – деген сөз менен аякталат.

3. *Улуттук каада-салттарды, белгилерди, ишеним элементтерин колдонуу.* Улуттук долбоор болгон “Бүткүлдүйнөлүк көчмөндөр оюнунун” негизине Борбор Азиядагы көчмөн калктын этникалык спорттук мелдештери камтылгандыктан, бул долбоордун промо – роликтеринде Борбор Азиянын тарыхы жана маданияты бай болгон жана байыркы элдердин бири болгон кыргыз элинин бардык чыгармачылыгы, искусство ишмердүүлүгү чагылдырылган. “Бүткүл дүйнөлүк көчмөндөр оюн” долбоорунун символу катары Бугу Эненин бейнеси көрсөтүлөт. Кыргыз эли үчүн Бугу Эне-бул жарык жашоо, эстүүлүк, элдин биримдүүлүгүнүн символу болуп эсептелет.

Эгерде Кыргызстан туралуу баардык жарнама роликтерди карап көрсөк (Somuchto discover Milan Expo Kyrgyzstan, Астана ЭКСПО-2017, Экинчи жана Үчүнчү Бүткүл дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын промо-ролиги ж.б.), баарында тең ак мөңгүлүү тоолор, абдан кооз жаратылыш, суу ресурстары, ак илбирстин, тайгандын бейнелери чагылдырылат; улуттук каада – салттар, кыргыз элинин улуттук оюндары.



1 сүрөт (тиркеме)

Кыргыздарда ак илбирс ыйык жаныбар жана баатырдын коргоочусу болуп эсептелип, анын бейнеси Саймалуу-Таштарда кезигет. Ал эми Тайган (кыргыз тайганы) – кыргыз элинин кылымдык символу болгон тарыхый жана уникалдуу байлыгы. Тулпар сыяктуу да тайган ишеничтүү жолчу, сактоочу жана эрктүү коргоочу болуп эсептелет.



2 сүрөт (тиркеме)

Экинчи Бүткүл дүйнөлүк көчмөндөр оюнунун промо-ролигинде бир катар үндөр коштолот: “Биз баарыбыз көчмөндөрбүз! Биздин жашоо-учуучу жебе! Кылымдар бою биз өзүбүздүн маданиятыбызды, каада-салттарыбызды жана оюндарыбызды алып

келдик. Ата-бабалардын мурасына тий. Эркиндиктин рухун сез. Бүткүл дүйнөлүк көчмөндөр оюну!” (Бүткүл дүйнөлүк көчмөндөр оюну 2016), бул долбоордун негизги идеясы кыргыз элинин улуу мурасын сактап калуу.

Коммерциялык жарнамалар да биздин өлкөбүздүн маданияттык булактарга кайрылат, “Билайн” компаниясынын жармалык ролигинде сюжет боюнча Кыргыз жергесине өлкө боюнча гид түзгөнгө келет. Роликтеги үндөр: “Улуу өлкө! Укмуш жаратылыш! Мен кайда болсом да адамдар ачык-айрым жана меймандос, бул өлкө аркылуу Улуу Жибек Жолу өткөн. Мен-суктанам!”

“Элине” маркасынын жарнамалык ролигинде жөнөкөй айылдык жашоонун элементтерин, кыргыз элинин каада-салтынын бир көрүнүшү-нанга болгон мамилеси, салттык боорсоктордун даярдалышын көрсө болот. Кыргыз элинде нан болсо, ыр да болот деген макал бар. Демек кыргыз элинде нан бул – жашоо. “Шоро” компаниясынын жарнамасына кайрылсак, “Шамал” деген аталыштагы жарнамасында дельтапланистер сюжет боюнча шамалды күтүшөт. Байыркы кыргыздар шамалдын рухуна ишенип, аны туу тутушкан. Шамал байыркы түрктөрдө кырдаалдын өзгөрүшүн, өзгөрүүнү түшүндүрөт. Ышкырыктын жардамы аркылуу шамалды чакырышкан, демек жаратылыш кубулушунан бир нерсе сураса, бул теңирчилик ритуалы болуп эсептелет. Дал ушул мотив жарнамада колдонулган да, “Шоро” компаниясынын жүзү болгон каарман ышкырып, шамалды чакырат, андан ары “Шоро – бул күч кубат!” деген урааны айтылат.

Бүгүнкү күндө Кыргызстанда өндүрүштүн көптөгөн тармактары өнүгүүдө. Алар ички рынокту багындырып, ишеничтүү түрдө мамлекеттен сырткары чет жака бекем кадам таштоодо. Социалдык-экономикалык реформа ата мекендик өндүрүүчүлөр чет өлкөлүк компаниялар менен атаандашуу мүмкүнчүлүгүн талап кылууда. Баарыбызга белгилүү болгондой товарды таанымал кылыш үчүн натыйжалуу жарнама талап кылынат.

Батышта жарнама индустриясына көп көңүл бурулуп, дайыма пайдалуу рынок жана төлөө мүмкүнчүлүгү бар кардарларды издешет. Ата мекендик өндүрүштөр жана коомдук кызматтар качан гана рынокто таасир этичүү жарнама жаратып, жергиликтүү жана чет өлкөлүк кардарлардын табитине жана багытына таасир берип, башкача айтканда улуттук психологияны эсебинен, менталитет, каада-салттар жана жашоо образдарынын

өзгөчөлүктөрүн жүрүм-турумун өзгөртүүгө мүмкүн болгондо гана ийгиликтүү өнүгүшө алат. Ошондуктан жарнамага көп социалдык жоопкерчилик дайындалып, коомдук – психологиялык көйгөй болуп саналат. Кыргызстанда азырынча жарнаманы кабыл алуу, табит, коомдук тартип жана баалуулуктарды, жашоо образ, калктын психологиясын эсепке алуу менен жарнаманын улуттук индустриясы жеткиликтүү өнүкпөгөндүктөн негизги социалдык көйгөй болуп жатат. Рынокто кардардын жүрүм-турум өзгөчөлүгү жеткиликтүү деңгээлде изилденбей жатат.

Жарнама бизнесинде дүйнөлүк салттарды изилдөөдө эл аралык жарнама дайыма калк менен өлкөнүн арасындагы маданий айырмачылыктарга басым жасалары көрсөтүлөт. Бирок, ошого карабастан дүйнө жүзүндөгү адамдардын керектөөлөрү бирдей, бирок бул керектөөлөр ар кайсы маданиятта ар кандай канаттандырылат. Мисалык алсак, изилдөөчүлөр белгилегендей Австралия өлкөсүндөгү ишканадагы коллективдер арасындагы достук мамиле Япония жергесине жат көрүнүш болуп эсептелет. Түштүк Америкада коллектив бири – бирине аты менен кайрылса, Германияда тескерисинче мындай көрүнүштү жактыра беришпейт. Биз маалыматты жана баалуулуктарды классификациялап жатканда ал биз жашаган айлана – чөйрөдөн көз каранды. Ал эми жарнамага келсек, анын функциясы бардык жерде бирдей болуп, жарнамалык билдирүү маданияттын айырмачылыгынан көз каранды.

Эгерде маркетингдин функциясы маалымат берүү, кызмат же товар туралуу керектөөчүгө маалыматты эскертүү жана унуттурбоо болсо, анда реклама индустриясында жарманын улуттук-маданий өзгөчөлүктөрүн эске алуу зарыл деген суроо туулат. Изилдөө боюнча ата мекендик жана чет элдик окумуштуулардын ой пикирлери эки айрым. Батыш тарапта (Арнхейм Я., Бергер П., Веркман К. Дж ж.б.), керектөөчүлөр үчүн жаңылык камылгаларга жана кызмат боюнча жарнамалык кабарга басым жасашат. Ата мекендик жарнама азыктарын даярдоочулар (Данилова А.Г., Семенова В.Г., Матвеева Л.В. ж.б.) жарнамада улуттук -маданий өзгөчөлүктөрүн эске алуу зарылдыгын моюнга алышат. Иш жүзүндө, Кыргызстандагы жарнамалык азыктар, Россия жана Батыш сыяктуу маданий өзгөчөлүгүн эске албай «жарнама экспорту» ыкмасын пайдаланууда.

Ак илбирс Кыргызстандын тоолуу аймактарында гана кездешкен жалгыз жаныбар болуп эсептелет. Сейрек кездешүүчү

илбирстин бейнеси көптөгөн заманбап сырткы жарнамаларда жарнамалык тексттин улуттук-маданий өзгөчөлүгүнүн символу катары болууда. Мисалы, заманыбыздын залкар жазуучусу Ч.Айтматовдун акыркы романы “Тоолор кулаганда” чыгармасында мындай чагылдырылат: “...Арийне, алар бири-биринин кадыресе жер үстүндө жашап жатышкандыгы жөнүндө күмөн санашкан эмес, атүгүл алардын антип ой чыгарышына да шексиз деген жок эле.

Анткени, алардын бири көчөдө соодасы менен ичимдик ичилчү жайлары жайнаган жана да жыты шилекейди агызган шишкебек бышчу көмүрдүн түтүнү түндөй каптаган, эл деген быкпырдай кайнаган шаарда жашачу да, экинчиси дал ошо кезде күндүн нурун сындырган бийик тоолордо, арасынан шамал өткүс арча өскөн, тескейинде темендей тагы жок аппак кар алты айлап жаткан, аскасы көктү көтөргөн, адамдын изин көрөлөк капчыгайларда өктөм өмүр өткөрчү. Ак кар, көк муз жердеген бу жаныбарды ушундан улам мөңгү барсы дешет, ал эми тоо жырткычтарын изилдеген илим анын түпкү тегин мышыктарга алып барат да, андан кийинкиси кабылан тукумунан тараган Теңир-Тоонун мөңгү барсы экендигин айтат. Билгендер болсо аны түз эле Жаабарс дешет, чынында бул аталыш анын олжосуна оңтою келген кезде кол салганына, көзгө илешпей, жебедей сызып каргыган кездеги табиятынан чыккан. Ооба, кээде аны кар жиреген илбирс деп да коюшат.

Бул дагы анын жашоо-табиятына шай келген сөз. Башка макулук аттуулар тоолордогу күрткүлөрдүн түбүндө калбаш үчүн из түшкөн чыйыр издешет, а тигил Барс дегениң болсо ушундай, жер өңүтүн тандабай, бет алган жагынан кайра тартпай, мемиреген ак карды жара жиреп, артына арык салып кете берет. Күчүнөн көзүн өрттөнөт!” Тоонун улуттук символу катары ак илбирстин бейнеси жарнамада же календарлык буклеттерде жана башка маалыматтык кабарларда кездешет.

Биздин ата-бабалар кол өнөрчүлүктө улуттук килем жана туш кийиздердин негизги жасалгалоосун табияттан алышкан. Кол өнөрчүлүктөгү оймо-чиймелер тоодо мекендеген архар жана тоо текелердин мүйүздөрүн чагылдырышат.

Демек, биздин ата-бабаларыбыз кыргыздын улуттук оймо-чиймелерин жаныбарлардан алышкан. Бул элементтер заманбап жарнамада логотип катары кездешет. Мисалы, Кыргыз авиалиниясынын учактарында улуттук оюусу учактын формасы катарын-

да колдонулат. Бул элементте жарнаманын улуттук өзгөчөлүгү баса белгиленип турат.



2 сүрөт (тиркеме)

Мындан тышкары кыргыз жарнамасында үй – бүлөлүк салттар чагылдырылат. Кыргыздарда үй – бүлөлүк салттарда баарынан мурда чогуу убакыт өткөрүү, үй – бүлө арасында мамиле куруу, үй бүлө мүчөлөрү менен тыгыз мамиледе болуу көздөлөт.

«КУТ» курулуш компаниясынын жарнамасынын урааны “чоң үй-бүлөөгө чоң батир!”, алгач үй бүлөлүк баалуулуктарга басым жасалган, жарнамалык баннерлеринде чон атасы менен небереси, жаш жубайлар ортосундагы жакшы карым-катнаштар чагылдырылат. Бул образдар аркылуу муундар арасындагы тыгыз байланышты, бири-бирине болгон камкордук жана салттуу кыргыз үй бүлөсүндөгү жакшы карым-катнашты көрсөтүп турат.

Белгилеп кетсек, кыргыз жарнамасында этно-маданий образдар аз санда колдонулат. Себеби сапаттуу жарнама даярдоодо жергиликтүү кардарлар жеткиликтүү каражаттары жетишпегендигине байланыштуу. Анын үстүнө кыргыз жарнамасына батыштын маданияты таасир берип, башка мамлекеттин салттарын чагылдырып, чет өлкөлүк жарнама өзүнүн баалуулуктарын, образдарын түртүүдө.

Демек, Кыргызстанда жарнама массалык маданияттын бир бөлүгү, башкаруунун жана пропаганданын каражаты болуп эсептелет. Кыргызстандагы жарнаманы анализдегенден кийин, жарнамада улуттук-маданий салттарга кайрылуу бар экендигин терштирдик. Мындай тенденция көбүнчө социалдык жарнама-

ларда, жергиликтүү жарнама өндүрүүчүлөрдө жана ошондой эле улуттук иш-чараларда (долбоорлор) чагылдырылат.

### Адабияттар

1. Асанкулова с.с. issn: 1012-9103 2013.
2. Азизбек уулу Б. Жарнамалык тексттин тили. – Б.: 2014. – 108 б.
3. Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Флинта, 2010. – 152 с.
4. Ананич, М.И. Основы рекламной деятельности. -Новосибирск, 2001.
5. Березовая, Т. Г. **История мировой рекламы, или Старинные рецепты** изготовления «бесплатного сыра» / Л. Г. Березовая. – М.: Пресс, 2004. –431
6. Ноздренко Е.А., Ескина А.А. Использование этнокультурных образов в отечественной рекламе как отражение культурных традиций// Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6<https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11118>
7. Использование этнокультурных образов в отечественной рекламе//
8. [studbooks.net/.../ispolzovanie\\_etnokulturnyh\\_obrazov\\_v\\_otchestvennoy\\_reklame\\_k](http://studbooks.net/.../ispolzovanie_etnokulturnyh_obrazov_v_otchestvennoy_reklame_k).
9. Промо-ролик Вторых Всемирных игр кочевников в Кыргызстане<https://www.youtube.com/watch?v=yrNpBBYDwhk>
10. Промо-ролик Третьих Всемирных игр кочевников <https://www.youtube.com/watch?v=97R1UK-5SoQ>
11. Реклама «Шоро» (Ветер) <https://www.youtube.com/watch?v=xuutiJth9fo>
12. Жорго такси кызматынын жарнамасы <https://www.youtube.com/watch?v=N8VyrQpLKug>

**Аннотация:** Макалада кыргыз жарнамасында этномаданий сүрөттөрдү колдонуунун мисалдары каралып, автор жарнамада кыргыз коомчулугуна жакын сүрөттөрдү, символдорду, каада-салттарды колдонуунун негизги тенденцияларын белгилөөгө аракет кылат.

**Урунттуу сөздөр:** Жарнама, этномаданий образ, символ, салт.

### National and cultural features of advertising in Kyrgyzstan

**Annotation:** The article examines examples of the use of ethnocultural images in Kyrgyz advertising, the author makes an attempt to highlight the main trends in the use of images, symbols, traditions that are close to the Kyrgyz society in advertising.

**Key words:** Advertising, ethno culture character, symbol, tradition.

### Национально-культурные особенности рекламы в Кыргызстане

**Аннотация:** В статье рассматриваются примеры использования этнокультурных образов в кыргызской рекламе, автором делается попытка выделить основные тенденции в использовании близких для кыргызского общества образов, символов, традиций в рекламе.

**Ключевые слова:** Реклама, этнокультурный образ, символ, традиция.

Попов Д.

**Анализ системы стимулирования сбыта**  
(на примере торговых компаний Кыргызстана)

Динамично развивающаяся экономика Кыргызстана приводит к тому, что фирмы и организации вынуждены постоянно эволюционировать, чтобы не остаться за бортом прогресса и бизнеса. Насыщение абсолютно всех рынков товарами в такой мере, что компаниям приходится буквально биться за покупателей, приводит к пониманию исключительной роли сбыта в деятельности фирмы. Продукция или услуга, произведенная фирмой, должна быть оптимальным образом продана: то есть, с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов, и с получением наибольшей выгоды. Поэтому главная задача любого предпринимателя – идеальным образом совместить желания клиентов и собственные возможности. В этом случае у него будет возможность доказать покупателю неоспоримые преимущества своего товара или услуги.

Любая деятельность организуется для достижения поставленных целей, которые можно назвать целями функционирования. Рынок выступает как система экономических отношений между продавцами и покупателями, основой которых является купля-продажа товаров, т. е. коммерческая деятельность. Ее цель – увеличение доходов в торговле при условии удовлетворения спроса покупателей. Для этих целей используется система маркетинговых коммуникаций, которая включает следующие компоненты: стимулирование сбыта, связи с общественностью (public relations), личные продажи, реклама.

Рассмотрим компонент стимулирование сбыта на практическом примере компаний в одной из наиболее важной области обслуживания, такой как торговые магазины.

На сегодняшний день можно выделить три ведущие торговые сети магазинов на рынке Кыргызстана. К ним относятся: «Globus», «Фрунзе» и «Народный». Все три ведут конкурентную борьбу за приобретения лояльности потребителей. Используемые приёмы и предоставляемые услуги обладают общими чертами, но есть и ряд отличий.

Приёмы стимулирования, используемые торговыми компаниями, можно свести к трём методам.

1. Скидка по времени покупки: для минимизации убытков от продажи скоропортящихся продуктов, когда снижение цен не сопровождается соответствующим увеличением спроса, торговые сети ограничивают срок действия скидок промежутком времени, когда покупателей мало.

Объявленный час – это время, когда покупателей мало. Этот час может быть заранее известен, а может быть и нет, как и тип товара, на который объявлена скидка. Объявленный час – это обычно утреннее или ночное время, когда покупателей мало. О часе чаще всего не сообщают при объявленном товаре, чтобы покупатели ждали информации и старались следить за рекламой магазина. Такая практика получила название flashпродажа (от англ. – вспышка). В торговых сетях существует подобный метод стимулирования сбыта, но всем известно, на какой товар и когда будет действовать скидка. Дело в том, что в целях сокращения остатков скоропортящихся товаров после 20 часов вечера, скидка на все салаты, продаваемые на вес, составляет 20 %. Также существует акция, «Бомбические цены» («Народный»), «Цена дня» («Фрунзе»), период действия которых ограничен по времени.

Каждую неделю в течение семи дней на определённый ассортимент товаров распространяется скидка. Данная акция анонсируется на сайте компании, периодически с помощью телевизионной рекламы, а также сопровождается информацией на местах продаж: объявления на входе в магазин, паллетная и расширенная выкладка акционного ассортимента.

2. Предоставление скидок на праздники, дни рождения – это способ завлечь покупателей в магазин в момент повышения спроса на подарки. Покупатели уже привыкли к этому, и в момент праздников более склонны приобретать товары в магазинах, где есть скидки. Данная практика присутствует во всех торговых сетях. Ощутимы скидочные акции в дни рождения на определенный набор, который определяется торговой сетью.

3. Широкое распространение, как средство привлечения потенциальных и постоянных покупателей, получают пластиковые дисконтные карты. Кроме стимулирования за счет скидок, они выполняют еще одну важную функцию – формирование системы лояльности покупателей к данной сети.

Особенность выбранной стратегии – бонусной программы сетью ведущих супермаркетов заключается в том, что, бонусная программа позволяет сделать рядового потребителя постоянным клиентом компании, за счет наличия карты и накопления на ней бонусов. Которые в перспективе можно будет обменять на призы или расплатиться ими за часть покупок. Плюсы такой программы: гибкая система скидок, которая мотивирует покупать больше и сохранять высокую скидку Прозрачная система поощрения и простая система внедрения.

Бонусные карты формируют долгосрочные отношения с клиентом. Для бонусной программы нужна система поощрения клиента на каждом этапе, чтобы постоянно поддерживать его интерес.

Система дисконтных карт, по нашему мнению, наилучшая экономия средств и минимальное начало накопления баллов способствует большему охвату аудитории, которые будут заинтересованы в получении карты и накоплению на ней бонусов для их последующих реализаций.

В современных условиях неопределенности и риска для эффективного функционирования компании необходимо выстраивать свою систему сбыта так, чтобы она соответствовала постоянно меняющимся условиям и учитывала специфику современного рынка. Между участниками рынка – продавцами и покупателями – выстраиваются определенные связи, то есть их можно рассматривать как единую цепочку различных каналов распределения, каналов, по которым товары или услуги достигают своих конечных потребителей.

### Литература

1. Бреусова Е. А., Смирнова Е. В. Сбытовая политика в деятельности современной организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – Т. 17.
2. Герпотт Т. Й. Эмпирические исследования лояльности клиентов// проблемы теории и практики управления. – М.: 2011. – № 6
3. Цысарь А. В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2007. – № 2 (24).
4. Шнаппауф Р. Практика продаж. Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте / Шнаппауф Р. – М.: «Интерэксперт», 2014

5. <https://www.market.kg/bonuses-and-purchases>
6. <https://gipermarket.kg/akcii/>
7. <https://www.globus.kg/bonuses-and-purchases/loyalty-program>
8. [https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00134542\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00134542_0.html)
9. <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/prize.htm>

**Аннотация.** В статье рассматривается система стимулирования сбыта и ее практическая реализация торговыми компаниями Кыргызстана. Использование приёмов стимулирования обеспечивают торговым компаниям рост продаж и лояльность аудитории.

**Ключевые слова:** стимулирования сбыта, лояльность, скидка, акция.

**Dmitriy P.**

**Abstract.** The article discusses the sales promotion system and its practical implementation by the trading companies of Kyrgyzstan. Using incentive techniques provides sales companies with increased sales and audience loyalty.

**Key words:** sales promotion, loyalty, discount, action.

Рамазан А.С.

### Исторический жанр в современном кинематографе в Казахстане

Деятельность творческая, в данном случае, съемки фильма, подготовка к ним требует полноценной подготовки во всех сферах: подготовка съемочной группы, актерского ансамбля, музыкальное оформление, время, в котором происходит действие – костюмы, реквизит, грим и архитектура. Отсутствие комплексной подготовки приводит к тому, что все недочеты вынужденно устраняют во время самих съемок, что, соответственно, отрицательно сказывается на качестве фильма, снижает его художественный уровень, что мы наблюдаем чаще всего [1].

Отечественный кинематограф, в силу своей молодости и весьма туманной предыстории, находится в состоянии прострации. Под весьма туманной предысторией имеется ввиду тот факт, что у Казахстана, в отличие от других стран Средней Азии, бывших в составе СССР, нет периода немого кино. В свою очередь, данный факт накладывает определенный отпечаток на развитие отечественной киношколы.

Известный киновед и профессор Ногербек Б.Р. определил тенденции развития казахского игрового кино, поделив их на три: 1) советский тоталитарный фильм, который трансформировался сначала в историко-революционный, а затем и историко-биографический фильм; 2) нетоталитарный фильм – жанровый фильм – продюсерское кино; 3) антитоталитарный фильм – казахская новая волна – авторское кино [2]. Представленная им схема очень точно представляет три четких ветви современного отечественного кинопроцесса. В силу принадлежности к определенному жанру, а именно – историческому, большая часть фильмов из представленной подборки относятся либо к историко-биографическим, или же к продюсерскому кино.

Первый фильм в подборке – «Кочевник», реж. И. Пассар, Т. Теменов, С. Бодров. 2005. Казахстан, Франция. Бюджет – \$40 000 000 [3]. Это первый крупный исторический проект, соз-

данный совместными усилиями трех стран. Также это был первый продукт совместного труда с кинематографистами Голливуда. У этой картины был сложный путь – сменилось несколько режиссеров, операторов и других членов съемочной группы. В основе сюжета вторая книга из трилогии И. Есенберлина «Кочевники». Первый блин комом: от фильма ожидали слишком многого, вследствие чего, отечественный зритель был разочарован всеми составляющими произведения. Однако, несмотря на некоторые неувязки в сюжете и другие минусы фильма, картина наполнена прекрасными пейзажами и музыкой, побуждая в зрителях чувство патриотизма, а это огромный плюс.

«Монгол», реж. С. Бодров. 2007. Казахстан, Россия, Германия. Бюджет – 15 миллионов евро [4]. Так как «Кочевник», можно сказать, разочаровал, к этому произведению изначально зритель относился с изрядной долей скептицизма. Однако работа Бодрова-старшего в действительности впечатляет. История Чингисхана в его интерпретации не сухой набор фактов его биографии, здесь больше внимания уделяется теме семьи и важности родственных связей. Чингисхан показан зрителю не безумным завоевателем, а человеком с большим сердцем. Это может излишне мягкий и идеализированный, но тем не менее новый взгляд на великую личность. Также фильм хвалят за операторскую работу (и снова тут сыграла роль степь), музыкальное сопровождение и, главный плюс, а точнее, огромный булыжник в сторону «Кочевника», это прекрасная игра актеров. Масштабные сцены сражений увлекают, и, в целом, фильм прекрасно вводит зрителя в быт монголов того времени. Однозначно, картина достойна восхищения.

«Мустафа Шокай», реж. С. Нарымбетов. 2008. Казахстан, Россия. Бюджет – \$3 000 000. [5] Эта картина повествует о жизни Мустафа Шокая, в частности о силе и внутреннем благородстве этой личности и о его месте в истории. Также стоит упомянуть и о сюжетной линии, проходящей сквозь фильм от начала до конца – это любовь Шокая к своей жене, трогательно и чувственно вплетенная в фильм. Фильм особо отмечают за прекрасно построенные диалоги и великолепную актерскую игру главных героев.

«Подарок Сталину», реж. Р. Абдрашев. 2008. Казахстан, Россия, Польша, Израиль. Бюджет – \$1 600 000. [6] События этого фильма происходят в 1949-м году, во время волны очередных ре-

прессий и ссылок. Ненавязчиво и тонко показав дух того времени, через историю детства главного героя – воспоминаний маленького Сашки. С новым именем – Сабыр, что значит «смирение», герой начал новую жизнь. Сюжет очень просто и без прикрас объясняет нам простые и человеческие ценности. Без лишних спецэффектов, заострив внимание на самой истории, на героях – колоритных и запоминающихся, и на широко развернувшейся казахской степи, милосердно приютившей столько разных народов.

«Келін», реж. Е. Турсунов, 2009. Казахстан. Бюджет – около \$1 000 000 [7]. Картина, сделавшая много шума в своё время и единственная в этой подборке работа, относящаяся к арт-хаусу, из-за своего стилистического содержания. Турсунов предоставил нам притчу о первобытных людях, об их мире и испытаниях, с которыми они сталкиваются. Действия в фильме разворачиваются без слов, и они ему совершенно не нужны. Турсунов прекрасно обходится операторской работой, художественным содержанием в кадре и прекрасной понятной мимикой героев. Это видение истории сквозь призму особого чувственного восприятия. Произведения такого уровня в истории казахского кино еще не было. Фильм изобилует разного рода тенгрианскими обрядами, и шаманизм добавляет особенную краску и колорит этой ленте.

«Біржан Сал», реж. Р. Альпиев, Д. Жолжаксынов. 2015. Казахстан. Бюджет – почти \$4 000 000. [8] Драма повествует о последних годах жизни певца, композитора-песенника, поэта-импровизатора Биржан Сала, о его последней любви, о выборе между гордостью и смирением, чувством достоинства и унижением, честью и бесчестьем. Хочется отметить особое внимание к деталям в картине, они очень точно передают атмосферу и колорит того времени. Здесь явно ощущается влияние театра, поскольку Д. Жолжаксынов известный и талантливый актер, прекрасно воплотивший на экране образ прославленного сери.

«Жаужүрек мың бала», реж. А. Сатаев, 2012. Казахстан. Бюджет – \$10 000 000. [9] Сборы – 296,8 млн тг. В основе картины лежит легенда времен Казахско-джунгарской войны. Согласно сюжету, на защиту родных просторов, наравне со взрослыми, выступают и юноши. Фильм полюбился отечественному зрителю, так как в нем есть всё: накал страстей, качественные сцены битв и любовная составляющая. Самое главное то, что фильм вызывает у

аудитории гордость за свою историю, чувство патриотизма и любовь к родине, а ведь это и есть главный и необходимый посыл. Сумма кассовых сборов указана, чтобы акцентировать внимание на популярности этого фильма

«Құнанбай», реж. Д. Жолжаксынов, 2015. Казахстан. Бюджет – \$3 800 000. [10] В этом фильме рассказывается история Құнанбая, отца великого просветителя Абая. Картина развенчивает миф о чрезмерной жестокости этой личности, описанной в книге М. Ауезова. Особенно следует отметить прекрасное цветовое решение картины – яркие цвета, а декорации, костюмы передают дух того времени. Великолепно показаны традиции, обычаи нашего народа – полезный экскурс в историю. Жолжаксынов показал себя во всей красе: как актер и как режиссер-постановщик. Картина получилась достойной искренних оваций и уважения, потому что таких фильмов нашему зрителю, увы, недостает.

«Дорога к матери», реж. А. Сатаев, 2016. Казахстан, Белоруссия. Бюджет – неизвестен. Фильм Сатаева, как и все его картины, был активно разрекламирован, и не зря. Фильм был снят при поддержке фонда Алии Назарбаевой, что само по себе подразумевало коммерческий успех. Сюжет складывается из истории жизни персонажа Ильяса, которая охватывает ключевые периоды нашей истории. Идея была в том, чтобы показать долгие скитания и мучения главного героя, которого в детстве забрали у матери, и большую часть своей жизни он пытался вернуться к ней.

«Алмазный меч», реж. Р. Абдрашев, 2017. Казахстан. Бюджет – 2,2 млрд тг. [11] Это фильм о становлении Казахского ханства. Вопреки ожиданиям, несмотря на огромный бюджет, сцены сражений выглядят менее масштабными и устрашающими, чем ожидалось. Однако, Абдрашев недостатки в панорамных решениях творческой задачи компенсирует удачными операторскими находками. Чего стоит сцена с лучницами, ставшая важным композиционным элементом фильма, таких сюжетных элементов так не хватает другим фильмам этого жанра. В этой кинокартине уделено много внимания национально маркированным темам братских отношений, традиционного уважения к старшим и воспитания силы духа. Фильм невозможно представить без женских персонажей, их влияния на ход истории. Немаловажно и то, как стилистически безупречно обыграны

женские костюмы, что привносит неповторимые оттенки к цветовой палитре фильма.

Эта картина Р. Абдрашева – короткая версия 10-серийного произведения, в которой собраны лучшие моменты сериальной версии. Помимо этого, в сериале отсутствует видимость скомканного повествования и резких переходов со сцены на сцену. Следует отметить, что данное кинопроизведение обладает трансмедийностью. Трансмедийность этой истории заключалась в том, что благодаря премьере фильма на широких экранах кинотеатров, зрители, заинтересовавшись визуальными эффектами, с упоением готовились к просмотру телесериала и ожидали от телевизионной версии того же размаха, который был показан в фильме. Телевизионный формат истории оказался более информативным, следовательно, раскрытым в полной мере. В отличие от других фильмов, оба кинопроизведения снискали симпатию зрителя и за счёт своей достоверности.

«Томирис», реж. А. Сатаев, 2019. Казахстан. Бюджет 2,5 млрд тг. [12] Самый ожидаемый фильм года, второй продукт тандема Сатаева и фонда Алии Назарбаевой, в котором вновь показывается сила женщины на фоне исторических событий, только в этом случае мы говорим о царице, которой восхищаются миллионы людей. Берясь за проект о такой исторической личности, нужно быть готовым к шквалу критики, которая обрушится на всю съёмочную команду. К этому Сатаев оказался готов. Фильм критикуют за недостоверность фактов, а также бедность костюмов и за недостаточно яркие сцены сражений.

В финансировании вышеперечисленных фильмов, помимо киностудии «Казахфильм», участвовали и иностранные спонсоры. Например, сериал «Қазақ хандығы» поддержали бизнесмены России, тогда как отечественные ссылались на кризис. Даже продюсеры фильмов А. Сатаева привлекали спонсоров со стороны.

Ситуация с софинансированием фильмов имеет свои издержки, отражающиеся на отношении зрителя к кинопродукции. Например, фильм «Кочевник», несмотря на большой бюджет, не понравился отечественному зрителю. С фильмом «Монгол» ситуация повторилась. В обоих фильмах вследствие финансирования со стороны ведущие роли играли «не наши» актёры, что и задело казахстанского зрителя. Жанр исторического фильма обладает

определенными признаками и требованиями, одним из которых является национальность исполнителей главных ролей. С этим неофициальным, но важным требованием сталкивается каждый фильм этого жанра. Можем отметить, что от этого признака зависит не только первое впечатление зрителя, но и содержание отзывов на фильм.

«Мустафа Шокай», как и «Подарок Сталину», «Биржан Сал» и «Кунанбай», хоть и не набрали больших кассовых сборов во время проката (к сожалению, информации об этом не нашлось), однако эти фильмы постоянно показываются на отечественных телеканалах, что доказывает их художественную ценность и значимость.

«Жажурек мын бала» и «Дорога к матери» пользуются популярностью у зрителя до сих пор. Эти фильмы помимо долгой истории в прокате и частых показов на отечественном телевидении, также были показаны на неделях казахстанского кино во Франции и Швейцарии в 2019 году. Зарубежный зритель знаком и с фильмом «Алмазный меч» – более краткой версией сериала о Казахском ханстве. У «Томирис» была ожидаемо долгая прокатная жизнь, и картину постигла счастливая участь уже упомянутой «Дороги к матери» – любовь зрителя и овации зарубежной публики на фестивалях.

Как мы видим в итоге, не всегда большой бюджет картины влияет на её популярность среди зрителей. Но можно вывести общую формулу, которая представлена ниже. Итак, за основу берется важное историческое событие или же главное событие в жизни известной личности, к этому добавляем любовные отношения, которые будут продолжаться на протяжении всей картины. Ко всему этому присоединяются сцены сражений с конями, мечами и обязательно падающими телами в крови. Эмоциональным компонентом броских батальных сцен должна быть оценочность, отражающая традиции и обычаи казахов. Национальная составляющая должна быть выражена не только во время ключевых сцен, но и, что гораздо важнее, в одежде, речи и быте персонажей.

Следует отметить, что, несмотря на критику, в Казахстане продолжают снимать качественное и красивое кино. Отечественное кино несет в себе признаки разных культур народов, населяющих нашу страну. Исконная казахская духовность, впитывая в себя содержание других культур, предстает как уникальное явление, которое необходимо развивать и изучать.

### Литература

1. Молочник Б. Е. Профессия – кинематографист. – СПб.: Борей Арт, 2011 – 244 с. [119-121 стр.]
2. Ногербек Б. Казахское игровое кино: фольклорные традиции образ героя: Монография. – Алматы: ТОО «Каратау КБ», «Дәстүр», 2014. – 424 с.:ил. [40 стр.]
3. <https://www.kino-teatr.ru/kino/movie/post/3216/annot/>
4. <https://www.zakon.kz/93486-20-bjudzheta-filma-mongol-investicii.html>
5. <http://www.arba.ru/news/3878>
6. <https://rus.azattyq.org/a/1293410.html>
7. [https://forbes.kz/process/expertise/k\\_kino\\_podhodyat\\_kak\\_k\\_proizvodstvu\\_kolbasy](https://forbes.kz/process/expertise/k_kino_podhodyat_kak_k_proizvodstvu_kolbasy)
8. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2009/09/04/5490/>
9. <http://kz.mir24.tv/news/19187>
10. <https://www.kazpravda.kz/articles/view/kunanbai--protivorechivii-stepnoi-genii>
11. [https://forbes.kz/life/afisha/chto\\_poluchilos\\_iz\\_kazahskogo\\_hanstva/](https://forbes.kz/life/afisha/chto_poluchilos_iz_kazahskogo_hanstva/)
12. <https://zonakz.net/2019/10/07/cherez-feminizm-i-pafos-k-pobede/>

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются современные казахстанские фильмы исторического жанра, период 2005-2019 гг. Кинопроизведения анализируются с художественной стороны, учтены особенности развития отечественного кинопроцесса. Затронута финансовая составляющая картин.

**Ключевые слова:** кино Казахстана, современное кино, исторический фильм.

**Abstract:** This article examines modern Kazakhstan's films of the historical genre for the period 2005-2019s. Movies are analyzed from the artistic point of view, the features of the development of the domestic cinema process are taken into consideration. And the financial component of films is affected.

**Key words:** Kazakhstan's cinema, modern cinema, history film.

**Аңдатпа:** Бұл мақалада 2005-2019 ж.ж. аралығында түсірілген тарихи жанрдағы заманауи қазақстандық фильмдер қарастырылады. Отандық киноүдерістің даму ерекшеліктері ескеріліп, кинотуындылар көркемдік жағынан талданған. Шығармалардың қаржылық тақырыбы да түртілген.

**Түйін сөздер:** Қазақстан киносы, заманауи кино, тарихи фильм.

Сулейменова А.Д.

### **Вопросы использования сторителлинга для доведения научной информации до ненаучной аудитории**

Наука присутствует во всех сферах человеческой жизни. Ученые исследуют различные области, чтобы узнать, понять и найти способы применения полученных знаний на благо общества и окружающей среды. Многие из нас не понимают язык компьютера, который представляет собой комбинацию двоичных цифр или битов. Тем не менее, мы практически каждый день работаем с компьютерами. Труд научных исследователей и ученых окружает повседневную жизнь любого из нас, начиная от еды, которую мы едим, до воздуха, которым дышим. Исследования в области науки способны изменить мир к лучшему, но зачастую отсутствует эффективная коммуникация между учеными, исследователями и обычными людьми. Людям необходимо сообщать о прорывах и достижениях в различных областях науки, также для того, чтобы пробудить интерес молодого поколения к науке. Государства вкладывают значительные средства для проведения научных исследований и развития науки в целом. Для того, чтобы довести результаты проведенных научных исследований и наблюдений до людей, используются различные методы. Сторителлинг является одним из наиболее интересных, вовлекающих и эффективных, так как все любят послушать хорошую историю.

Для начала стоит разобраться в самом понятии «сторителлинг» и используемом в настоящей статье понятии «нарратив». По мнению А.М.Анюхиной, сторителлинг – это «метод последовательного изложения истории, создающий в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя / зрителя. С этой позиции к сторителлингу относится все, что обладает сюжетом (истории из жизни, интересные случаи, сказки и т. д.). Кроме того, этим термином можно обозначить неформальный способ передачи опыта, знания, инсайдерской информации» [1, с. 146].

Д. Соле и Д. Вилсон считают, что сторителлинг – это «обмен знаниями и опытом через повествование и истории, чтобы по-

нимать сложные идеи, понятия и причинно-следственные связи» [2]. Таким образом, «сторителлинг – метод донесения информации до аудитории путем рассказывания историй про все, что нас окружает. С этой точки зрения к сторителлингу можно отнести практически все, что обладает цельным сюжетом (жизненные истории, сказки, мифы, увлекательные случаи и так далее)» [3. С. 123].

Что же касается нарратива, учёные «...указывают на такое исходное значение термина «нарратив», как «история, рассказ, повествование». История – это устное или письменное описание действительных или выдуманных событий, которые выстроены с помощью сюжета. Она становится нарративом в процессе повествования или рассказывания с помощью СМИ» [4. С. 38–41].

Сторителлинг обычно является интерактивным и помогает слушателям развить воображение, а также способствует общему пониманию ситуации, темы или проблемы. Самое главное преимущество сторителлинга применительно к рассматриваемой теме заключается в том, что он не требует от аудитории экспертных знаний для того, чтобы понимать передаваемые знания.

Положительное влияние сторителлинга было исследовано многими учеными и журналистами. Одним из ярких примеров является исследование, проведенное Майклом Ф. Дальстромом (2014 г.) из школы журналистики и коммуникации Университета штата Айова на тему «Использование нарративов и сторителлинга для доведения науки до ненаучной аудитории». По мнению исследователя, нарративы представляют собой потенциально полезный формат коммуникации для передачи научных данных неспециалистам. Нарративы легче понимаются, они способствуют привлечению внимания и увеличению вовлеченности, нежели традиционные логико-научные коммуникации. Автор приводит различия между часто противопоставляемым друг другу нарративом и логико-научной коммуникацией и приходит к выводу о том, что нарративная форма доведения информации является более эффективной [5]. Результаты эмпирических исследований позволяют говорить о том, что нарративы лучше запоминаются, легче понимаются и требуют меньше времени для чтения. При сравнении с пояснительным текстом, нарративы читались вдвое быстрее и вспоминались вдвое чаще, вне зависимости от наличия

у читателя интереса к содержанию текста [6, 7]. Грэссер и Оттати предполагают, что нарративы имеют «привилегированный статус» в человеческом познании [8]. Это обуславливается тем, что нарративы имеют существенные преимущества на каждом из четырех основных этапов обработки информации: мотивация и интерес, распределение когнитивных ресурсов, переработка и перенос в долговременную память [9]. Предполагается, что такие результаты связаны с эволюционным преимуществом, так как нарративы способствуют пониманию с помощью моделирования возможных реалий, которое служит для лучшего прогнозирования причинно-следственных связей и мыслей других людей в сложных социальных взаимоотношениях [10].

Как отмечает М.Ф. Дальстром, хотя преимущества включения нарратива в контексты научного образования все еще исследуются, он долгое время является нормой в коммуникации науки в СМИ. При рассмотрении вопроса доведения научной информации при помощи сторителлинга, важно упомянуть то, что СМИ представляют собой источник, из которого ненаучная аудитория получает большую часть научной информации. Поскольку большая часть науки и научных достижений находится за пределами непосредственного опыта людей, человека нужно информировать о науке и помогать интерпретировать и понимать полученную информацию. Контент СМИ служит основным источником по вопросам науки, здоровья и окружающей среды.

Подтверждением выводам М.Ф. Дальстрема применительно к Республике Казахстан, является опрос, проведенный в начале 2020 года. По данным опроса, проведенного представительством международной организации Internews Network в Казахстане, жители Центральной Азии, в частности Казахстана, в основном получают информацию по телевидению, на втором месте – Интернет. В Казахстане каждый второй человек ответил, что получает информацию через Интернет. На третьем месте – социальные сети, родственники и друзья [11]. Таким образом, на практике мы наблюдаем подтверждение того, что СМИ являются одним из главных источников информации, в том числе научной. Обращаясь к методам доведения информации, используемым в СМИ, можно говорить о том, что сторителлинг является одним из главных.

В конце своего исследования, Майкл Ф. Дальстром приходит к выводу, что нарративы представляют собой доминирующую форму научного общения с ненаучной аудиторией. Поэтому вопрос о том, следует ли использовать повествования для передачи науки, несколько спорный. Более уместным был бы вопрос: как следует использовать нарративы, чтобы надлежащим образом сообщать о науке, учитывая способность сторителлинга убеждать?

Некоторые ученые, признавая эффективность сторителлинга, задаются вопросом о том, как использовать данный метод наилучшим образом. Так, профессор Университета Сиднея Ник Энфилд в своем исследовании «Баланс объективности, эмоций и правды» пишет: «наука не может существовать без повествования. Вопрос не в том, использовать его или нет, а в том, как использовать его наилучшим образом» [12]. Здесь прослеживается схожесть с выводами Майкла Ф. Дальстрома, который, не отрицая важность сторителлинга, призывает к поиску наилучших путей использования данного метода.

Другие ученые открыто высказываются против применения сторителлинга в целях объяснения науки. В статье под названием «Против использования сторителлинга о научных результатах» американский ученый Ярден Кац объясняет, что некоторые определяющие черты нарратива – человек, преследующий определенную цель, получение удовлетворительного решения, значение истории, которое привлекает людей – противоречит ключевым идеалам и практикам научной работы [13].

Действительно, ученые в своей работе не должны стремиться к какому-либо конкретному результату, их работа – найти правду. Для начала, устанавливаются факты, которые затем используются для формирования соответствующих выводов. Но зачастую люди поступают иначе: мы начинаем с наших предубеждений, а затем ищем доказательства их подтверждающие. Другое возражение автора состоит в том, что поскольку наука – это постоянное направление деятельности, в ней не может быть удовлетворительного завершения. Кроме того, задача ученого – информировать, а не убеждать.

Принимая во внимание доводы Ярдена Каца, соглашаясь с Ником Энфилдом, хочется отметить, что мозг человека по своей природе не приспособлен к беспристрастному мышлению.

Ошибки в наших рассуждениях делают наши мыслительные процессы глубоко субъективными и предвзятыми. Даже если образцовый ученый приучил себя быть предельно объективным, его аудитория всегда будет делать выводы, опираясь на свои предвзятые, увлеченные рассказами умы. Поэтому, вместо того, чтобы бороться с когнитивными предубеждениями, профессор Ник Энфилд предлагает работать с ними так, чтобы держать их под контролем. Факты можно собирать, но их также необходимо интерпретировать. Интерпретировать факт – значит придать ему смысл, а это не что иное как сторителлинг. Только с помощью нарратива факты могут быть доведены так, чтобы стать частью полученных знаний, которые, в свою очередь определяют саму возможность научного прогресса.

Таким образом, в современных реалиях важность сторителлинга нельзя отрицать. Многочисленные исследования подтверждают эффективность сторителлинга в сравнении с другими методами доведения науки до ненаучной аудитории. Это так же объясняется и природой человеческого мозга, с мыслительными процессами, которые по умолчанию являются предвзятыми. Самой эффективной формой убеждения в рассматриваемом случае выступают нарративы. В связи с этим, необходимо направить усилия на поиск наилучших путей использования сторителлинга для доведения науки до ненаучной аудитории.

### Литература

1. Анюхина, А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа [Текст] / А. М. Анюхина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2 (24). – С. 146–150.
2. Sole, D. Storytelling in organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations [Electronic resource] / D. Sole, D. G. Wilson // LILA Harvard University. – URL: [http://www.providersedge.com/docs/km\\_articles/Storytelling\\_in\\_Organizations.pdf](http://www.providersedge.com/docs/km_articles/Storytelling_in_Organizations.pdf)
3. Панюкова С.А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube-канале // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. №1 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnyy-storitelling-na-youtube-kanale>
4. Sinclair, J. B. A story about a message that was a story: message form and its implications to knowledge flow [Text] / J. B. Sinclair. – Helsinki: Hanken School of economics, Department of management and organization; Edita Prima, 2010. – 142 p.

5. Michael F. Dahlstrom Proceedings of the National Academy of Sciences Sep 2014, 111 (Supplement 4) 13614-13620; DOI: 10.1073/pnas.1320645111
6. Green MC, Strange JJ, Brock TC, Graesser AC, Olde B, Klettke B (2002) How does the mind construct and represent stories? Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations, eds Green MC, Strange JJ, Brock TC (Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ), pp 229–262.
7. Wyer RS, Graesser AC, Ottati V (1995) Why Stories? Some evidence, questions, and challenges. Knowledge and Memory: The Real Story, ed Wyer RS (Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ).
8. Wyer RSGraesser AC, Ottati V (1995) Why Stories? Some evidence, questions, and challenges. Knowledge and Memory: The Real Story, ed Wyer RS (Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ).
9. Glaser M, Garsoffky B, Schwan S (2009) Narrative-based learning: Possible benefits and problems. Communications-European Journal of Communication Research 34(4):429–447
10. Oatley K (1999) Why fiction may be twice as true as fact: Fiction as cognitive and emotional simulation. Rev Gen Psychol 3(2):101–117
11. [https://www.inform.kz/ru/kazhdyy-vtoroy-kazahstanec-poluchaet-informaciyu-iz-interneta-socissledovanie\\_a3612273](https://www.inform.kz/ru/kazhdyy-vtoroy-kazahstanec-poluchaet-informaciyu-iz-interneta-socissledovanie_a3612273)
12. Professor Nick Enfield (2018) Is Storytelling Bad for Science? <https://www.sydney.edu.au/news-opinion/news/2018/07/25/is-storytelling-bad-for-science.html>
13. Katz, Y. Against storytelling of scientific results. Nat Methods 10, 1045 (2013). <https://doi.org/10.1038/nmeth.2699>

**Аннотация:** В статье предпринят анализ исследований в сфере использования сторителлинга в контексте науки. Несмотря на то, что в научной среде к сторителлингу часто относятся предвзято, нарратив находит значительное распространение в целях доведения научной информации до ненаучной аудитории. Негативные мнения многих учёных о сторителлинге в части его применения в науке не отменяют результатов, которые мы наблюдаем в настоящее время: нарративы способствуют улучшению понимания, повышению интереса и вовлеченности аудитории. В эпоху бурного развития технологий, в том числе Интернета, ненаучная аудитория получает большую часть информации из СМИ, в которых зачастую используется рассматриваемый формат доведения информации до аудитории.

**Ключевые слова:** сторителлинг, нарратив, журналистский сторителлинг, медийная история.

**Abstract:** The article analyzes research in the field of using storytelling in the context of science. Although storytelling often has negative connotations within science, narrative formats of communication should not be disregarded when communicating science to nonexpert audiences. Narratives offer increased comprehension, interest, and engagement. Nonexperts get most of their science information from mass media content, which is itself already biased toward narrative formats. Narratives are also intrinsically persuasive, which offers science communicators tactics for per-

suading otherwise resistant audiences, although such use also raises ethical considerations. Future intersections of narrative research with ongoing discussions in science communication are introduced. science, narrative formats of communication should not be disregarded when communicating science to nonexpert audiences. Narratives offer increased comprehension, interest, and engagement. In the era of rapid development of technologies, including the Internet, nonexperts get most of their science information from mass media content, which is itself already biased toward narrative formats.

**Key words:** storytelling, narrative, journalistic storytelling, media story.

**Андатпа:** Мақалада сторителлингты ғылым тұрғысынан қолдану саласындағы зерттеулердің талданылуы жүргізілді. Сторителлинг ғылыми ортада біржақты болып көрінетініне қарамастан, ғылыми емес аудиторияға ғылыми ақпарат жеткізу үшін баяндау кеңінен қолданылады. Көптеген ғалымдардың сторителлингті ғылымда қолдану жөніндегі теріс пікірлеріне қарамастан, біздің қазіргі кезде көріп отырған нәтижелерімізді жоққа шығармайды: әңгімелер аудиторияның тақырыпты жақсы түсінуіне, қызығушылық пен ынталануына ықпал етеді. Технологиялардың, оның ішінде Интернеттің қарқынды дамуы дәуірінде ғылыми емес аудитория ақпараттың көп бөлігін бұқаралық ақпарат құралдарынан алады, қарастырылған формат көбінесе аудиторияға ақпарат беруде қолданады.

**Түйін сөздер:** сторителлинг, нарратив, журналистік сторителлинг, медиалық тарих.

**Togaibayev B.**

### **The social effect of objective coverage of the conflict in the context of new media**

When the people, places, issues, principles and beliefs that journalists worry about are threatened with conflict, they are often referred to as people who can make difficult choices that sometimes seem impossible. What is the loyalty of journalists? Do their beliefs depend on their profession or their community? In whose interests should journalists try to act? This choice becomes even more difficult when the media is owned or controlled by people who intend to advance the interests of a particular group. This toolkit will help answer some questions and provide journalists with tools to help them report on conflicts in a constructive manner [1].

Five interrelated assumptions underlie this approach to conflict-sensitive lighting:

The first assumption, based on research in peace consolidation and conflict resolution, is that conflicts cannot be resolved or resolved until the needs and interests of all parties involved are sufficiently met.

The second hypothesis suggests that journalists can make a positive contribution to peace and conflict resolution in their communities by helping to create conditions that meet the needs and interests of different parties.

The third assumption is that the more journalists understand the conflict, the better they will be able to cover events and processes, thereby increasing the likelihood of the parties reaching peaceful solutions.

The fourth assumption is that since journalists can make a positive contribution to the creation of conditions conducive to a peaceful settlement and resolution of the conflict, they should not advocate the policies or interests of a particular group and should not support a separate solution.

The fifth assumption is that journalists must constantly review their work and the extent to which they meet the needs of their audience.

The first and second assumptions play a significant role, as they show that journalists can only act in the interests of their own com-

munities if they also act in the interests of other parties to the conflict. Thus, a journalist's ability to contribute depends on his willingness to provide fair, clear, responsible and comprehensive coverage and on his willingness to bring out the hopes, fears, needs and concerns of all parties involved in a conflict, whenever possible [2].

If journalists want to make a meaningful contribution to conflict resolution and resolution, they also need to be aware of how they can contribute to defusing tensions and to their own understanding of the causes of conflict, the dynamics of conflict escalation, and how conflicts are handled [2]. Journalists should not only be aware of the contribution they can make to peace building, but they should also be aware of the ways in which their reporting can negatively affect conflict. Inaccurate reporting, biased coverage (whether intentional or not), sensationalism, and in some cases direct propaganda can deepen conflict and lead to loss of life and property.

Conflict-sensitive coverage means adopting a conflict-sensitive approach to collecting and presenting news. It also means identifying new ways to present conflict-sensitive material in an engaging and convincing manner. If the material fails to attract the attention of listeners, viewers and readers, then the impact of such journalism on the conflict will be limited. This is especially true today as media channels proliferate and people increasingly depend on social media [3].

There is an element of conflict in most news stories. Why? Because the conflict is widespread. It permeates every aspect of social existence. Also, conflict always implies change. Conflict is when people try to satisfy their unmet needs, increase their influence, protect their identity, gain increased access to resources, and reduce inequality and injustice. But also parties to the conflict can be people who resist change and struggle to maintain privileges. Conflict is an important driver of change, and change is at the heart of nearly all reporting. This is what makes news news [5]. Journalism is the impact of change on individuals, communities, groups and nations, political structures, economies, and the environment. And people rely on journalists to help them navigate the world around them and respond to changing socio-political conditions. People also rely on the information they receive from journalists when making decisions about how to respond to conflict, how to treat others during conflict, and how to behave towards them.

Conflict is almost always more complex than it appears, and journalists can make extensive use of the thinking tools from research in peace building and conflict resolution to improve their understanding of what is happening and why. The following pages provide a number of useful concepts, theories and tools that can help us improve our understanding of conflict, highlight conflicts and explain their complexity, and consider the extent to which our reporting has affected conflict. These concepts are important because they can be applied in different contexts. Lessons learned from small inter-group conflicts can also be helpful when dealing with conflicts at the national or international level.

When it comes to conflict coverage, journalists tend to focus their reporting on the last two phases of conflict escalation, and often ignore the latent and emerging phases of conflict. This focus on the actual action, rather than the overall process, can lead to distorted perceptions of events in the audience. Rather than admitting that the conflict has developed over time in response to a number of problems, the audience may feel that the conflict flared up without warning. In such cases, people usually blame their opponents, not realizing that these people may have made repeated attempts to solve the problem without threats and violence. It can also mean that journalists are missing out on the opportunity to voice early warning signs of impending confrontation, and that people will not respond to the conflict in time.

It is important for journalists to understand the roles that third parties play in a conflict in order to cover these processes effectively and to understand the relevance of third party intervention. Conflict theorists generally distinguish between three types of third-party intervention, namely peacekeeping, peacekeeping, and peacebuilding. Each of these roles can be important in different situations, although they involve different processes.

Peacekeeping is necessary if the conflict has developed to the point where violence is possible or when hostilities have already begun and / or when relations between the parties have deteriorated so much that groups do not trust each other to conclude peace agreements. Peacekeeping usually involves a form of armed intervention by external forces and may also include the presence of unarmed observers. The goals of peacekeeping are to prevent the parties from doing more harm to each other and to create a space that allows negotiation

and dialogue. Often, peacekeepers are drawn from the military, but in more localized conflicts, the police can also act as peacekeepers. It is important for peacekeepers to treat both sides fairly and earn the trust of the disputing parties and local communities as soon as possible. Peacekeepers are not always welcomed by all parties. Especially in cases where one side has a military superiority, and peacekeepers prevent it from obtaining the maximum benefit that it would receive from the use of force.

Peacekeeping activities involve third party intervention to help the parties find a solution to the conflict. Often the third party is not the community involved in the conflict. The role of peacekeepers is usually to help build bridges between the parties, allowing them to find creative solutions and problem-solving processes. Intervention by peacekeepers is often aimed at helping the parties take the first steps towards a long process in which they will cooperate to resolve the conflict. However, the role of the peacekeeper is predominantly to help the parties solve urgent problems [7].

Peacebuilding is a long-term approach to finding ways to help the parties keep the peace in the future. Peacebuilding seeks to help the parties find solutions to social, economic and psychological problems that could lead to future conflict. Peacebuilding, in particular, is about improving the quality of life of people in the broad masses and must have long-term restorative and preventive goals. The main goal of this process is to ensure social reorganization, in which isolated groups can actively participate in the political and economic life of society. The peacebuilding process can include Truth and Reconciliation Commissions (TRCs), which are designed to address the emotional trauma that has occurred as a result of conflict and processes such as constitutional revisions that seek to change the political and economic fabric of society.

Mediation is perhaps the most common form of third party intervention in conflicts, and it is important for journalists to understand the roles that mediators play and how they are involved in helping the parties resolve the conflict. There is no one type of mediator or mediation process. Some mediators limit their role to helping participants find their own solutions, while other mediators can be more persuasive and get the parties to accept certain results. Basically, mediation takes place between these two extremes. This form of mediation is presented below.

Mediation specialist Chris Moore has provided the following useful definition of mediation [3]:

Mediation is the intervention in a dispute or negotiation by an acceptable, impartial and neutral third party, which does not have the authority to make authoritative decisions, to assist the parties in voluntary mutual settlement of disputes. Having broken this definition into several main parts, the following problems can be distinguished:

First, mediation must be performed by an acceptable, impartial and neutral third party. Theorists argue that a mediator can be chosen from one of the groups involved in a conflict if everyone agrees to accept him as a mediator. The keyword is acceptable. Mediators cannot defend the interests of either party and at the same time remain impartial.

Second, the mediator does not have the authority to make authoritative decisions. The mediator cannot force the parties to decide what should and should not be included in the agreement. The mediator can have some control over the procedural issues of the mediation. Mediators cannot force the parties to agree, but they can help the parties find ways to enforce agreements.

Third, the role of the mediator is to assist the parties in voluntarily reaching their own mutually acceptable agreements. The role of the mediator is not to provide the parties with answers; instead, the mediator should help them find their own solutions. In most cases, mediators are limited to asking questions. There is a concept that the parties are more likely to accept and defend an agreement that they themselves have created.

Finally, participation must be voluntary. It will not work if you force the parties to participate against their will in the mediation process.

The main purpose of any mediation process is to help the parties find a solution to the conflict. Such solutions must meet the needs and interests of all parties involved, at least at an acceptable level. Ideally, results should be self-sufficient and do not require third party intervention to maintain them.

## References

1. Lloyd, John, Journalism in an Age of Terror, Reuters Institute for the Study of Journalism / I.B. Tauris, London, 2017
2. NATO Center of Excellence: The Media: the Terrorists' Battlefield, Ankara, 2007, 172 pages.
3. Outing, Steve (2005) "The 11 Layers of Citizen Journalism", <http://www.poynter.org/uncategorized/69328/the-11-layers-of-citizen-journalism/83126/>
4. Rogers, E.M. (2002). Intermedia processes and powerful media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Media effects: Advances in theory and research, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2nd ed., Pp. 199-214.
5. Society of Professional Journalists (1996) Code of Ethics, <http://spj.org/ethics>
6. Sterling, Christopher H. (2009) Encyclopedia of Journalism, London / New Delhi / Singapore: Sage, p. 298
7. Galtung, Johan. 1998. High Road, Low Road: Charting the Course for Peace Journalism. In Track Two, 7 (4). Available at [http://www.ccr.uct.ac.za/archive/two/7\\_4/p07\\_highroad\\_lowroad.html](http://www.ccr.uct.ac.za/archive/two/7_4/p07_highroad_lowroad.html)
8. Barach, Ben. 2012. Interview with Johan Galtung. Peace and Collaborative Development Network. Available at <http://www.internationalpeaceandconflict.org/profiles/blogs/an-interview-with-johan-galtung>
9. Moore, C. 1986. The mediation process: Practical strategies for resolving conflict. San Francisco: JosseyBass
10. Jean-Paul Martose, author of UNESCO report: Terrorism and the Media: a handbook for a journalist, 2017

### Тогайбаев В.

#### Социальный эффект объективного освещения конфликта в контексте новых медиа

**Аннотация:** В статье представлена концептуальная основа для изучения журналистики конфликта, или как ее еще называют – конфликтно-чувствительной журналистики. В контексте ситуации в мире, где с каждым годом появляется все больше новых религиозных, межнациональных, политических или экономических конфликтов, растет потребность общества в объективном их освещении. Чтобы этого достичь, следует разобраться с тем, как информация влияет на эскалацию / развитие конфликта и что нужно делать журналистам новых медиа, чтобы отойти от амлду оценщика ситуации к медиатору – человеку, который может повлиять на разрешение конфликтов.

За последние 5 лет казахстанские средства массовой информации стали все больше освещать события, которые имеют конфликтно-чувствительную тематику – это межнациональные и религиозные конфликты, а также темы положения меньшинств в Казахстане. В этой связи, по нашему мнению, казахстанским журналистам следует повышать уровень своих профессиональных навыков, в частности за счет аналитических материалов и методик по освещению конфликтно-чувствительных тем.

**Ключевые слова:** конфликт, религия, этнос, нации, конфликтно-чувствительная журналистика, язык вражды, новые медиа

**Togaibayev B.**

**The social effect of objective coverage of the conflict in the context of new media**

**Abstract:** The article presents a conceptual framework for studying conflict journalism, or, as it is also called, conflict-sensitive journalism.

In the context of the situation in the world, where more and more new religious, interethnic, political or economic conflicts appear every year, the need of society for their objective coverage is growing. To achieve this, it is necessary to understand how information affects the escalation / development of the conflict and what new media journalists need to do in order to move away from the amlua of the assessor of the situation to the mediator – a person who can influence the resolution of conflicts.

Over the past 5 years, the Kazakh mass media have begun to cover more and more events that have a conflict-sensitive topic – these are interethnic and religious conflicts, as well as topics of the situation of minorities in Kazakhstan. In this regard, in my opinion, Kazakhstani journalists should improve the level of their professional skills, in particular, through analytical materials and methods for covering conflict-sensitive topics.

**Key words:** conflict, religion, ethnos, nations, conflict-sensitive journalism, hate speech, new media

**Тогайбаев Б.**

**Жаңа медиа мәнмәтініндегі қақтығысты объективті көрсетудің әлеуметтік әсері**

**Анатпа:** Мақалада конфликтілік журналистиканы зерттеудің тұжырымдамалық негіздері келтірілген.

Жыл сайын жаңа діни, этносаралық, саяси немесе экономикалық қақтығыстар пайда болатын әлемдегі жағдайдың жағдайында қоғамның оларды объективті қамту қажеттілігі артып келеді. Бұған жету үшін ақпарат жанжалдың өршуіне / дамуына қалай әсер ететіндігін және жағдайды бағалаушының амлуласынан медиаторға – жанжалдарды шешуге әсер ете алатын адамға ауысу үшін жаңа медиа журналистер не істеу керектігін түсіну қажет.

Соңғы 5 жыл ішінде қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары қақтығыстарға сезімтал тақырыптарды көбірек жаза бастады – бұл этносаралық және діни қақтығыстар, сондай-ақ Қазақстандағы азшылықтардың жағдайы тақырыптары. Осыған байланысты, менің ойымша, қазақстандық журналистер өздерінің кәсіби шеберліктерінің деңгейін, атап айтқанда, талдамалық материалдар мен конфликттерге сезімтал тақырыптарды жариялау әдістері арқылы жақсартуы керек.

**Түйін сөздер:** конфликт, дін, этнос, ұлттар, конфликтке сезімтал журналистика, жек көрушілік, жаңа медиа

Яхьярова Д.  
Научный руководитель Нода Л.П.

### Почему конкурсы – это всегда хорошая идея

Если говорить о конкурсах, то следует сказать и о мотивации, ведь именно она – главная составляющая. Волшебная палочка, которая может помочь за полчаса сделать всё ради мечты, или не дать шагнуть вперёд и через месяц попыток. Мотивация может творить чудеса, даже если ты в них не веришь. Поэтому участвовать в конкурсах так волнительно и втройне волнительней, если ты был заряжен на безоговорочную победу. Всегда страшно, порой обидно, но чаще всего – очень и очень сладко.

Кто бы мог подумать, что иногда конкурс может направить жизнь в нужное русло. Когда я была школьницей, они были постоянной частью моей жизни. Литературные, исторические, лингвистические, конкурсы чтцов, стихотворений, рисунков, спонтанной речи и многое другое. Мне безумно нравилось в них участвовать: это здорово развлекает порой скучную академическую жизнь, победа подразумевает какое-то вознаграждение и, самое главное, именно конкурсы лучше всего скажут, где у тебя пробелы и как от них избавиться. Меня всегда мотивировало последнее.

Ребёнок чаще всего растёт в пузыре из похвалы и слов поддержки. И это прекрасно. Однако, когда нет критики, нет и роста, поэтому выбираться из своей зоны комфорта в поисках соперников крепче и талантливей – жизненно необходимо. Поэтому я не боялась влезать во что-то новенькое и пробовать свои силы. Спотыкаясь. Проигрывая. Постепенно обучаясь и доходя до финиша.

Всё это готовило меня к следующей ступени – университету. Ещё будучи абитуриентом, я стала одним из победителей конкурса эссе «Хочешь стать журналистом?» Форума юных корреспондентов КазНУ им. аль-Фараби. Конкурс здорово помогает тем, кто рвётся на журфак, нужно написать эссе на заданные оргкомитетом темы и, если жюри посчитают тебя одним из победителей, у тебя в кармане оказывается отличный козырь. Так приоткры-

лись двери к заветному гранту, который всё-таки достался мне. Конечно, здесь сыграли мои 39 из 40 баллов на ЕНТ, вступительное творческое сочинение и собеседование, на котором диплом победителя мне очень пригодился – именно он обеспечил максимальной оценкой. Но помимо этого диплом подарил мне самое главное еще тогда, когда я носила школьную форму и сидела за партой, – надежду и уверенность. Я всё смогу! Я уже сделала первые шаги! И они помогли мне даже больше, чем итоговые цифры на бумаге.

Став студенткой, я столкнулась с утроенной домашней работой, проектами, презентациями, университетскими мероприятиями, бесконечными делами – тут уже не до конкурсов. Тем не менее, здесь я поняла ценность приоритетов. Только после того, как взвесишь значимость накопленных дел, построишь толковый тайм-менеджмент, освободится драгоценное время для конкурсов. И тут опять слово берёт она – мотивация, которая вместе с приоритетами может творить настоящее волшебство. Волшебство человека продуктивного – типичного представителя рода люди семейства гоминидов.

Тем не менее, на третьем курсе один конкурс смог до меня добраться. В команде факультета журналистики КазНУ мы победили в международном конкурсе лонгридов российского проекта «Битва журфаков». Впереди финал, но мы уже довольны проделанной работой. Для меня этот опыт особенный, потому что это первая победа, которая досталась благодаря командной работе. До этого я всегда и везде играла как соло, но в этот раз всё было по-другому.

Может возникнуть вопрос: «А зачем конкурсы в университете? Ради чего?». Ответ очень прост! Конкурсы – это всегда проверка, челлендж, брошенный самому себе, оценка собственных сил. Диплом, который мне вручили в школе, помог мне поступить в вуз. Тогда вполне вероятно, что бумага с печатью, полученная в университете, даст мне преимущество при поступлении на программы магистратуры. А то и при найме на работу, особенно сейчас, когда **HR-специалистами учитывается не только начинанность, но и насмотренность, которая проявляется тогда, когда человек попадает в непривычную для него среду.**

Проверить, так ли это надо, тоже можно очень просто. Если этот вопрос терзает мысли, а интерес бьётся с ленью не на жизнь,

а на смерть, можно воспользоваться аксиомой персонажа Джима Керри из фильма «Всегда говори «ДА». Попробуйте говорить «да» на все подходящие вам конкурсы (не забываем про приоритеты и не путаем их с ленью). Когда мы пробуем, ничего не теряем, но зато дарим себе шанс стать победителем или просто научиться чему-то новому. Я всегда отношусь к ним как к возможности стать лучше. Это обеспечивает отсутствие печали в случае проигрыша и чувство окрыленности, если помимо долгожданной победы, еще и получаешь какое-нибудь вознаграждение.

В моей жизни такие вознаграждения сыграли не самую последнюю роль. Моё первое путешествие в Россию – прекрасную Москву – тоже случилось благодаря конкурсу. И тоже литературному. Могла ли я представить, что буду гулять по Красной площади и взбираться по Воробьёвым горам, пока писала ту сказку? Точно нет.

Таланты всегда ценятся, а сегодня – вознаграждаются. Единственное, что может победить талант, – это упорный труд. Пауло Коэльо говорил, что, если ты чего-то очень сильно желаешь – весь мир будет тебе в этом способствовать. Я немного переиначу его слова: если ты прикладываешь максимум своих сил, то жди победного всплеска фанфар. Я искренне верю, что это единственный верный путь.

## Глава V. ҚАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ

Ахметжанова А.Т.

### Құрметті Ұстазымызға тағзым (Уахит Хамзинович Шалекенов)

Уахит Хамзинович Шалекенов (1924-2020) – белгілі ғалым, педагог, тәлімгер, аль-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың құрметті соғыс және еңбек ардагері. Ұстазымыздың өмірі мен қызметі бәрімізге үлгі-өнеге. Жас кезінен Отан үшін еңбек еткен патриот, жаңашыр, қамқор болған нағыз қазақ азаматы. Қазақ халқының тарихын, этнографиясын, археологиясын зерттеп, құнды еңбектер жазған танымал ғалым. Мындаған шәкірттер тәрбиелеген педагог. Өзін КСРО заманында сапалы маман – археолог және этнограф ретінде мойындатқан ғалым. Ұстазымыздың тарих факультетін басқарған жылдары оқытушыларға және студентерге әділ декан, және тыңғылықты тәлімгер болғанын дәлелдеудің қажеті жоқ. Сабырлы, білгір, сөзге шебер, кеңпейілді, жомарт жан.

Уахит Хамзинович 1924 жылы Астрахан облысында туып өсіп, 1938 жылы ата-анасымен Қарақалпақстанның Мойнақ ауданының 3 ауылы Үргеке көшіп келген. Осы жерде білімін жалғастырып, мектептің соңғы сыныбында оқып жүргенде, 1942 жылдың тамыз айында Қызыл Армияның қатарына шақырылып, Өзбекстанның Наманған қаласына Украинадан көшіріліп әкелген Харьков жаяу әскер училишесінде алты ай оқып, кіші лейтенант атағын алған соң, 1943 жылдың ақпан айында майданға аттанады. 1943 жылы взвод командирі болып, Курск-Орлов доғасындағы шайқасқа қатысып, Старый Оскол, Новый Оскол, Дергачи, Харьков калаларын неміс басқыншыларынан азат етуге қатысып, сол шайқаста ауыр жарақат алып, осы жылдың соңында Қарақалпақстанға қайта оралады. Бірнеше ордендер және медальдармен марапатталады.

1944-1948 жылдары У.Х. Шалекенов Қарақалпақ мемлекеттік педагогикалық институтының тарих факультетінде білім алып,

оны үздік бітіреді. Бірнеше жыл лекторлық қызмет атқарады. 1950 жылы КСРО Ғылым Академиясының Н.Н. Миклухо-Маклай атындағы Этнография институтының аспирантурасына түсіп, 1953 жылы этнография мамандығы бойынша «Быт каракалпакского крестьянства Чимбайского района в прошлом и настоящем» атты кандидаттық диссертациясын сәтті қорғайды. 1953-1970 жылдары ұстазымыз ғылыми жұмыспен айналысты: Өзбекстан Ғылым Академиясы Қарақалпақстан филиалының Археология және этнография секторының меңгерушісі, аға ғылыми қызметкер, доцент, профессор атақтарына ие болды.

1967 жылы «Казахи низовьев Амударьи (К истории взаимоотношений народов Каракалпакстана в XVII – XX вв.)» атты монографиясын дайындап, осы ғылыми еңбек бойынша докторлық диссертация қорғады. Диссертацияның ресми оппоненттері белгілі академиктер Әлкей Хаканұлы Марғұлан және Яхья Гулямович Гулямов болғаны жұмыстың құндылығын көрсетеді. Ғалымдардың пікірінше, бұл монография алғашқы қазақ диаспорасы бойынша жазылған көлемді еңбек болып есептеледі. Сонымен қатар, ұстазымыз археология және этнография бойынша ғылыми экспедицияларға қатысып, тәжірибе жинап алған соң, өзі де бірнеше археологиялық және этнографиялық ғылыми жұмыстарды басқарды. Кеңес үкіметінің кезінде КСРО халықтарының «Этнографиялық атласын» дайындап оны басып шығаруға зор үлес қосқан ғалым ретінде мойындалды. Қарақалпақстанда өмір сүріп жатқан көп ұлтты халықтардың шаруашылығы, материалдық және рухани мәдениеттері туралы тың деректерді сараптап, баспаға ұсынған да Уахит Хамзинович болды.

1950-1960 жылдары ғалым бір қатар ғылыми еңбектер жариялады. Оның ішінде: «30 лет Каракалпакской АССР», «Кеңес үкіметі жылдарындағы Қарақалпақ социалистік мәдениеті», «Очерки истории культуры Советской Каракалпакии 1917-1940 гг.», «К вопросу о взаимоотношениях казахских племен с оседлым и полукочевым населением Хорезма в XVIII-XIX вв.» және т.б. Жалпы, ұстазымыз Өзбекстанда 20 жылдай еңбек етіп, ғылыми, ғылыми – тәжірибелік, ұстаздық, тәлім-тәрбиелік мәнге толы жұмыстар атқарды. Сондықтан, құрметті Уахит ағамызға «Қарақалпақстан АКСР ғылымына еңбек сіңірген қайраткер»

атағы берілді. 1970-ші жылдары Қазақстанға (Шымкент қаласына) келіп, әл-Фараби атындағы Мемлекет мәдениет институтында алғашында профессор, сосын кафедра меңгерушісі болып қызмет атқарады. Бұл жоғары оқу орынында да Уахит Хамзинович ғылыми, педагогикалық, тәрбие жұмыстарын белсенді және сапалы орындайды.

1973 жылдан бастап аль-Фараби атындағы ҚазҰУ-да (ол кезде С.М.Киров атындағы КазГУ) еңбек етті: Археология және этнология кафедрасының профессоры, 1974 жылдан бастап кафедра меңгерушісі, 1977-1985 жылдары тарих факультетінің деканы болып қызмет атқарды. Декан қызметінің атқарған кезінде, осы уақытқа дейін жұмыс жасап тұрған археологиялық-этнографиялық тәжірибелік базасын іске қосты. Бұл үлкен жауапкершілікпен іскерлікті қажет етті. База Жамбыл облысының Шу ауданындағы Калинин колхозының жерінде орналасқан ортағасырлық Ақтөбе қаласы болып белгіленді. Факультетте археология және этнография музейлерін ашты, қазіргі уақытта олар жыл сайын, ғылыми-зерттеу, ғылыми-тәжірибелік табыстардың нәтижелері ретінде жаңа құнды тарихи ескерткіштермен толықтырылып отырылады. Сонымен қатар, ұстазымыздың және оның шәкіртерінің еңбектерінің арқасында Ақтөбе ортағасырлық қала, өмір сүрген кезі – V-XIII ғасырлар және аты жазба деректерде сақталған, бірнеше Түрік қағанаттарының астанасы болған тарихи Баласағұн қаласы екені дәлелденді. Осы мәселеге байланысты, ғалым бірнеше ғылыми еңбектерді жариялады: «Құм басқан қала», «Ортағасырлық Баласағұн», VI-XIII ғасырлардағы Баласағұн», «Город Баласағұн в VI-XIII вв.», «Баласағұнның жұмбағы шешілді», «Уәлиханов палеолит мекені мен ортағасырлық Баласағұн қаласы» және т.б. Баласағұннан өте бай археологиялық деректердің табылуы, Уахит Хамзиновичті білікті археолог және тарихшы екенін тағы да дәлелдеді.

2000 жылдардан бастап ғалым түркі тарихы мен арийлер тарихын зерттеп, бірнеше өте құнды еңбектер жазды. Оның ішінде, «Түріктердің отырықшы өркениеті», «Орталық Азиядағы арийлер өркениеті», «Цивилизация ариев в Центральной Азии», «Шыңғысхан – моңғол және түрік этностарын біріктіруші». Тарих ғылымдарының докторы, шәкірті Бибия Қалшабаеваның пікірінше, «У.Х.Шалекенов еңбектері археологиялық, этнология-

лық, антропологиялық және жазба деректерге сүйене отырып, түркі өркениеті сонау ежелгі заманнан қалыптасқан өркениеттер қатарына жататыны дәлелдеді. Ғалым-ұстаз түрік халықтарының тарихы, тұрмысы, саясаты, дәстүрлі мәдениеті және өзара қарым-қатынастары сияқты мәселелерді де назардан тыс қалдырмады. Уахит Хамзаұлының соңғы кезеңдердегі Арийлер туралы арнайы, күрделі де көлемді еңбектер жазуы ұлттық тарих ғылымының күрделі де маңызды мәселесін көтеру мен шешуде өте құнды жаңалық болып табылады». Барлық ғылыми еңбектері бізге қалдырған баға жетпес мұра десек артық болмас.

Ұстазымыздың отбасы зиялы, талантты, әрі бақытты. Білім және ғылым салаларында өз орындарын тапқан мамандар. Ағамызға қатысты мәңгі есімізде қалатыны: өте қызықты, мағыналы әрі мәнді ғылыми-тәжірибелік конференцияларда жасаған ғылыми баяндамалары мен тұжырымдамалары, жиналыстарда сөйлеген сөздері, берген ақыл-кеңестері, айтқан әңгімелері, кездесулерде бөліскен пікірлері мен естеліктері. Ардақты ұстазымыздай еңбекқор, сапалы азаматтар көп болуын тілейік! Жатқан жері торқа, алды жарық болсын!

Ұстазымызды еске алу барысында келесі еңбектерден мәліметтер алынды: Шәлекенов Уахит Хамзинович. Биобиблиографический указатель. Алматы, 2014; 60 лет Великой Победы. Памятный альбом. Алматы, 2005; У.Х.Шәлекеновтің 95 жылдығына арналған «Қазақстанның рухани жаңғыру жағдайындағы отандық археология мен этнология ғылымының даму болашағы» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 2019.

**Ахметова Л.С.**

### **Гайнуллина Надежда Ивановна**

Со своего поступления на факультет журналистики, то есть с 1971 года, я знала Надежду Ивановну. И как практически со всеми моими коллегами – филологами и журналистами – я была сначала их ученицей, потом коллегой, затем становились подругами и друзьями. И так было всегда, потому что работать в КазГУ в то пору и не быть не только коллегами, но и друзьями, просто было невозможно творческим, имеющим активную гражданскую позицию педагогам. Она была доцентом, потом доктором и профессором, затем долгие годы заведующая кафедрой одной из важнейших и сложнейших кафедр нашего университета. Мы вместе с ней участвовали в самых разных мероприятиях, работали в комиссиях, трудились на благо и процветания университета и Отечества.

В 90-е годы Мая Михайловна Багизбаева создавала свой университет, куда пригласила работать проректорами Н.И. Гайнуллину и М.К. Барманкулова. Недолго они работали вместе. У каждого был свой собственный опыт.

Помню, как несколько раз на разных встречах и конференциях задушевно и очень тепло отзывался ректор университета «Туран» Рахман Алшанович Алшанов о Надежде Ивановне, как о высокой степени профессионале и организаторе. Ведь мы вместе работали долгие годы.

Потом Надежда Ивановна работала профессором на кафедре уже будучи пенсионеркой. В это время наши встречи были в основном по дороге из университета или в университет. Благо мы шли всегда в один наш общий корпус журналистов-филологов-историков. Всегда живо обсуждали наши факультетские вопросы, вспоминали прошлое, иногда горевали вместе или смеялись.

Скромная, интеллеktуал и умница, профессионал Надежда Ивановна была порядочным и твердой в своих убеждениях, иногда даже жесткой в оценках научных трудов и некоторых людей. С ней было интересно общаться. И я очень рада, что после вы-

хода первой книги воспоминаний, я ей позвонила и попросила дать оценку моей книги. Потом сказала, что хочу видеть и ее во второй книге, которая будет касаться ныне живущих пенсионеров – ветеранов КазГУ-КазНУ им. аль-Фараби. У меня есть свой список, о которых я хотела бы написать. Это мои друзья, коллеги, товарищи.

Мы договорились, что я поеду на такси в университет на занятия и заеду к ней попутно, когда буду подъезжать к ее дому, позвоню, чтобы она вышла на дорогу. Так мы и сделали. И потом долго смеялись, я ей завезла свою книгу «Я снова вглядываюсь в лица» и коробку конфет, чтобы подсластить ей чтение. Подъезжая к ней на такси, я увидела ее на улице, с коробкой конфет для меня. Так мы обменялись подарками на память о том, что давно не виделись друг с другом. Я сумела с ней поговорить по телефону, взять у нее интервью и некоторые материалы по электронной почте.

Но, увы, это мимолетная встреча была последней в ее жизни. Через месяц она скончалась. Я не смогла быть у нее на похоронах, так как была в командировке, и об этом узнала только на похоронах Галины Васильевны Ким, пенсионера, нашей подруги месяца через два после смерти Н.И. Гайнуллиной.

### **Из характеристики**

Гайнуллина Надежда Ивановна, доктор филологических наук (1996-2019), профессор (1997). Заслуженный деятель Республики Казахстан (Қазақстанның еңбек сіңірген қайраткері) (2011), Отличник народного просвещения Казахской ССР (1984), Почетный работник образования Республики Казахстан (2005), Почетный заведующий кафедрой КазНУ им. аль-Фараби (2008).

Гайнуллина Н.И. родилась в 1939 г. в с. Отказное Ставропольского края. В 1957 г. с отличием окончила Минераловодское педагогическое училище в пос. Каррас (ст. Иноземцево, что в 8-ми км от г. Пятигорска) и, согласно государственному распределению молодых специалистов, была направлена на работу в Таджикскую ССР. Здесь она в течение 4-х лет работала учителем русского языка в узбекской (1957-1959) и таджикской (1959-1961) школах Регарского района.

С 1961 г. и до кончины ее жизнь связана с Казахстаном, где она в том же году поступила на филологический факультет (спец.

«Русский язык и литература») Казахского государственного университета им. С.М. Кирова, который с отличием окончила в 1966 г. и была оставлена на кафедре русской филологии. На ней она прошла все должностные ступени от ассистента до профессора, заведующего кафедрой (1989-2004 гг.). Общий стаж научно-педагогической работы в университете – 47 лет.

В КазГУ им. С.М. Кирова (затем КазНУ им. аль-Фараби) защитила кандидатскую диссертацию «Заимствованная лексика в «Письмах и бумагах императора Петра Великого» (к проблеме освоения слов иноязычного происхождения в Петровскую эпоху)» (1973, науч. рук. доц. А.Х. Мищенко), докторскую диссертацию по инициативной теме «Эпистолярное наследие Петра Великого в истории русского литературного языка» (1996), официальными оппонентами по которой выступили д. филол. наук проф. Е.А. Седельников (г. Павлодар), д. филол. наук проф. Г.С. Зенков (г. Бишкек), д. филол. наук проф. Л.К. Жаналина (г. Алматы); ведущей организацией – кафедра русского языка Санкт-Петербургского государственного университета (бывший ЛГУ) во главе с выдающимся историком и философом русского языка, д. филол. наук, проф. В.В. Колесовым.

На протяжении всей своей научно-педагогической деятельности проф. Н.И. Гайнуллина на высоком научно-теоретическом и методическом уровне, с учетом новейших достижений в лингвистической науке XX – нач. XXI вв. читала лекции и вела практические (семинарские) занятия по всем разделам современного русского языка, истории русского литературного языка, проводила спецсеминары по семасиологии, этимологии специалистам, затем бакалаврам, лекции по активным процессам в современном русском языке, проблемам лингвокультурологии, прагмалингвистики, языковой личности (исторический, диахронический аспект), диахронии в синхронии языка в магистратуре и докторантуре PhD.

С первых шагов перестройки высшей школы Казахстана проф. Н.И. Гайнуллина принимала активное участие в реформе высшей школы РК. В течение 2000–2004 гг. была руководителем авторского коллектива по составлению госстандартов по трем филологическим специальностям; в составе авторского коллектива участвовала в разработке госстандартов, типовых и рабочих

учебных планов магистратуры по кредитной технологии обучения; постоянно совершенствовала другую учебно-методическую документацию в соответствии с запросами высшего образования и новыми требованиями МОН РК.

На протяжении всей научно-педагогической деятельности она вела большую научно-исследовательскую, научно-методическую и научно-организационную работу, результатом которой являются 148 публикаций в открытой печати, среди которых – 3 монографии, 6 авторских и 6 в соавторстве учебных пособий для студентов бакалавриата, магистратуры, докторантуры PhD, 6 разработанных по госстандартам МОН РК типовых программ по современному русскому языку (лексикология, фразеология), истории русского литературного языка (для бакалавриата), актуальным проблемам языкознания, активным процессам в современном русском языке; фактор времени в языке, диахрония в синхронии языка (для магистратуры и докторантуры PhD), многочисленные статьи, тезисы, научные рецензии по широкому кругу проблем современного русского языка и его истории, а также эссе о видных ученых Казахстана (проф. Э.Д. Сулейменовой, проф. Р.С. Зуевой, проф. Н.Ж. Шаймерденовой, проф. Л.А. Шеляховской и др.).

Под ее научным руководством защищено и утверждено ВАКом РК 6 докторских и 12 кандидатских диссертаций по многоаспектным и актуальным для русистики XX–нач. XXI вв. проблемам.

В течение многих лет была членом специализированного совета по защите кандидатских, затем докторских диссертаций в КазНУ им. аль-Фараби (1989–2010). С 1997 по 2001 гг. – член Экспертного совета по языкознанию и искусствоведению ВАК РК. С 1974 по 1992 гг. – ответств. секретарь редколлегии республиканского межвузовского научного издания «Филологический сборник» МОН КазССР, инициатором, создателем и бессменным научным редактором которого был зав. кафедрой русской филологии КазГУ доцент, потом профессор Х.Х. Махмудов; с 1992 г. она член редколлегии ж. «Вестник КазНУ. Серия филологическая», пришедшего на смену «Филологическому сборнику».

Неоднократный оппонент кандидатских и докторских диссертаций, защищавшихся как в КазГУ (КазНУ им. аль-Фараби), так

и в других вузах Казахстана (Астана, Караганда, Петропавловск, Павлодар, Кокшетау).

Проф. Гайнуллина Н.И. поддерживала постоянные научные связи не только с учеными РК, но и представителями российской науки: Институтом русского языка РАН РФ через его зам. директора, главного научного сотрудника, д. филол. н. проф. Л. П. Крысина, с кафедрой русского языка СПбГУ во главе с д. филол. н. проф. В.В. Колесовым, с кафедрой русской филологии Тамбовского гос. университета им. Г.Р. Державина, зав. кафедрой проф. А.Л. Шарандин, с Российско-Кыргызским университетом в лице его профессора д. филол. н. проф. М.И. Лазарида и другими учеными на уровне личных контактов, в рамках откликов на многочисленные АДД, АКД (СПб., Томск, Волгоград, Уфа, Казань, Самара, Орск, Новосибирск и мн. др. в России; Астана, Караганда, Павлодар, Петропавловск, Кокшетау, и др. в РК)), рецензий на монографии, учебники и учебные пособия, статьи, и т.п.

За время работы в КазГУ-КазНУ активно участвовала в общественной жизни университета: в течение 8-ми лет была членом профкома КазГУ им. С.М. Кирова, в разные годы являлась членом Ученого совета университета, Ученого совета по общим вопросам деятельности филологического факультета и Ученого совета факультета журналистики, председателем Совета УМО КазГУ им. С.М. Кирова (затем – КазНУ им. аль-Фараби) по специальности «Русский язык и литература», председателем и заместителем председателя профбюро филологического факультета.

За заслуги перед высшим образованием и наукой Казахстана, кроме отмеченных почетных званий, награждена медалью «Ветеран труда» (1988), Серебряной медалью аль-Фараби (2009), Почетными грамотами МОН РК за научное руководство студентами (дважды). Имеет многочисленные благодарности руководства КазГУ им. С.М. Кирова – КазНУ им. аль-Фараби.

Научные достижения Гайнуллиной Н.И. отмечены также внеением ее имени в республиканский справочник «Высшая школа Казахстана в лицах» (2000), зарубежный каталог «INTELLEKTUALS of the 20th Century» (Cambridge, England) (2000).

### **Из истории кафедры русской филологии и вкладе Н.И. Гайнуллиной**

- До 1940 года в Казахском государственном университете им. С.М.Кирова (так он назывался с момента открытия в 1934 г.) не было кафедры русского языка как самостоятельной единицы, а была одна общая кафедра русского языка и русской литературы, из которой лишь в 1940 году выделилась кафедра русского языка в составе пяти человек: 1 доцент, он же первый ее заведующий – М. Каипов, 1 и.о. доцента (Х.Х. Махмудов), три старших преподавателя без степени (П.К. Григорьев, К.В. Папоротная, Л.П. Григорьева).

В конце 1941 года в связи с началом Великой Отечественной войны в Алма-Ату были эвакуированы некоторые известные филологи Ленинграда, которые стали работать на кафедре русского языка. Поэтому с 1942, когда заведовать кафедрой начал Х.Х.Махмудов, и по 1945 гг. на кафедре работало уже 14 человек, среди которых были 1 действительный член АН СССР, академик И.И.Мещанинов, 4 чл.-корр. АН СССР – профессора Н.В. Юшманов, Е.С. Истрина, С.Е. Малов, В.И. Чернышов, уже к этому времени 4 состоявшихся казахстанских доцента – М. Каипов, Х.Х. Махмудов, С.С. Советов, И.К. Зборовский; 3 старших преподавателя, 1 преподаватель и 1 лаборант. Большая наука волей судьбы шагнула в стены нашего университета, если учесть хотя бы краткие данные о научных достижениях выдающихся ученых, работавших на кафедре в начале 40-х годов XX в.:

Мещанинов Иван Иванович (1883 – 1967) – выдающийся языковед, разработавший теорию понятийных категорий, теорию синтаксической типологии языков, теорию предложения и др.; крупнейший специалист по мертвым языкам Кавказа и Малой Азии; автор более 150 научных трудов, в том числе: «Халдоведение» (1927), «Новое учение о языке» (1938), «Общее языкознание» (1940), «Члены предложения и части речи» (1945) и т.д.; в период работы на кафедре русского языка КазГУ читал курсы по общему языкознанию и основным разделам современного русского языка;

Юшманов Николай Владимирович (1896 – 1946) – выпускник этнолого-лингвистического отделения факультета общественных наук Петербургского университета; крупнейший специалист по

семито-хамитским, арамейским и африканским языкам; основоположник научного изучения арабского литературного языка; развивал бодуэновскую теорию письма и письменной речи; создал свыше 200 научных трудов в области семито-хамитского языкознания и африканистики, общей фонетики, унификации алфавитов и терминологии, интерлингвистики; во время эвакуации в г. Алма-Ату совмещал преподавательскую работу на кафедре русского языка КазГУ им. С.М.Кирова с научной деятельностью в Институте языка и мышления АН СССР;

Истрина Евгения Самсоновна (1883 – 1957) – выдающийся языковед, известный своими трудами по истории русского языка, синтаксису русского языка, русской лексикологии, лексикографии, стилистике; нормализатор современного русского литературного языка; принимала участие в создании самого большого толкового словаря XX в. – 17-томного «Словаря современного русского литературного языка»; профессор КазГУ в 1942-1944 гг.; читала лекции по современному русскому языку и историческому циклу русского языка;

Малов Сергей Ефимович (1880 – 1957) – крупный специалист в области древнетюркских языков, исследовавший древнюю уйгурскую письменность; автор монографий «Памятники древнетюркской письменности»; «Енисейская письменность тюрков»; «Памятники древнетюркской письменности Монголии и Киргизии»; в КазГУ читал курс общего языкознания, современного русского языка;

Чернышов Василий Ильич (1866/67 – 1949) – советский языковед, известный своими трудами по лексикографии, лексикологии, культуре речи, диалектологии, истории языка, фольклористике, языку и стилю писателей, методике преподавания русского языка; автор ряда статей, учебников, учебных пособий по русскому языку и словесности, один из зачинателей и создателей «Словаря современного русского литературного языка» в 17-ти томах.

Эта плеяда талантливейших языковедов создала соответствующую творческую атмосферу на кафедре русского языка, которую подхватили их единомышленники по преподавательскому труду. Однако с 1944 по 1946 гг. на кафедре (после отъезда ленинградцев) работало только 2 доцента (Х.Х. Махмудов и М. Каипов), а также 3 старших преподавателя, 5 преподавателей, 1 лаборант.

Подобное качественное состояние преподавательского состава свидетельствовало о том, что дело с защитой кандидатских диссертаций (о докторских вопрос в то время даже не стоял!) оставалось неудовлетворительным. Нужно было срочно исправлять сложившуюся ситуацию, т.к. университет рос количественно и качественно, увеличивались наборы студентов на факультеты, в том числе и на филологический, увеличивалось число специальностей, поэтому требовались специалисты высокой квалификации, удовлетворявшие бы потребностям высшей школы республики. Именно в этот период истории кафедры ей на помощь вновь пришли Москва и Ленинград (ЛГУ). Так, в частности, систематическую помощь в научной подготовке кадров для кафедры оказывала родственная кафедра русского языка Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова во главе с академиком В.В. Виноградовым, которая через свою аспирантуру помогла воспитать первую группу молодых ученых-русистов из числа преподавателей КазГУ. В связи с этим особо следует отметить работу профессоров МГУ М.Н.Петерсона, А.И. Ефимова, Е.М. Галкиной-Федорук, Н.С. Поспелова и др., которых сейчас каждый филолог знает как классиков русского языкознания XX века. Благодаря им ряд воспитанников кафедры русского языка КазГУ им. С.М. Кирова защитили свои кандидатские диссертации в стенах МГУ. В их числе были теперь ставшие для нашего университета историческими личностями Халаби Мухитович Сайкиев (1950), Алексей Александрович Кока (1952), Евгений Александрович Седельников, Василий Михайлович Никитевич, Александра Христофоровна Мищенко (1953), ученые степени которых позволили открыть собственную аспирантуру на кафедре именно с этого времени. Результатом была осуществленная уже в стенах Казахского государственного университета им. С.М. Кирова защита кандидатских диссертаций по русскому языку следующим поколением ученых 50 – начала 60-х гг., среди которых в первую очередь можно назвать Валентину Семеновну Михайлову (1954), Николая Алексеевича Коку (1956), Леонида Петровича Ефремова (1959), Владимира Петровича Барчунова (1960). Последние к тому времени после возвращения с фронтов Великой Отечественной войны уже работали на кафедре. В 60-е – начале 70-х гг. произошла еще целая серия защит аспирантов – членов

кафедры Р.С. Зуевой, Г.В. Ким, Г.Ф. Булгаковой, Е.А. Нелисова, Ш.А. Тунгичиной, М.К. Кокобаева, Р.С. Кожамкуловой, Н.И. Гайнуллиной, В.И. Акимовой, В.Г. Мироновой и др., что позволило существенно повысить и качество преподавания на факультете, и рейтинг кафедры.

Но на данном этапе своей истории это уже была кафедра русской филологии.

Как самостоятельное учебно-административное подразделение филологического факультета КазНУ им. аль-Фараби кафедра русской филологии была открыта в 1962 году. Именно в мае этого года по инициативе заведующего кафедрой русского языка (с 1945 года), в то время кандидата филологических наук доцента Х.Х.Махмудова, последняя была разделена на две самостоятельные кафедры – теоретическую кафедру русской филологии и кафедру русского языка. Такое разделение вполне отвечало двум основным задачам, стоявшим перед лингвистами Казахским государственным университетом им. С.М. Кирова, а именно: 1) подготовка филологов-русистов не только для собственного вуза, но и для других вузов республики; 2) обучение практическому русскому языку студентов-казахов всех факультетов. Подобное положение вещей сохраняется долгие годы.

Первым заведующим кафедрой русской филологии (с 1962 г. и до своей кончины 23 октября 1983 г.) был доцент, затем д-р филол. наук, профессор Хайрулла Хабибуллович Махмудов. С 1984 по 1989 гг. кафедрой заведовала д-р филол. наук, профессор Валентина Айтешевна Исенгалиева; с 1989 по 2004 гг. – д-р филол. наук, профессор Надежда Ивановна Гайнуллина...

Так написала историю своей кафедры написала Надежда Ивановна, д-р филол. наук, профессор – известный в Казахстане и России специалист в области истории русского литературного языка (позднее средневековье и XVIII век), современной и исторической лексикологии, семасиологии, исторической лексикографии, социолингвистики (проблемы контактов языков в синхронии и диахронии), лингвокультурологии; ею была создана научная школа историков русского литературного языка в Казахстане, занимающаяся разработкой оригинальной концепции языковой личности в истории русского литературного языка и других проблем диахронического состояния русского языка; она работала в

русле новых современных лингвистических парадигм, определившихся в конце XX в.; автор более 100 опубликованных работ.

Особо следует отметить такой замечательный факт из истории кафедры, как то, что в середине 60-х годов прошлого столетия в аспирантском лингвистическом семинаре проф. Х.Х.Махмудова вопросами истории русского языка и этимологии занимался известнейший казахский поэт с мировым именем Олжас Омарович Сулейменов. Не случайно поэтому в его биографии, помимо поэтического творчества, значительное место занимает научно-исследовательская работа, результатом которой можно считать такие оригинальные, полемические по своему содержанию труды, как «Аз и Я» (1975), «Пересекающиеся параллели» (2002) и др., получившие широкий резонанс в научной среде в советские времена и, несомненно, одним из своих истоков имевшие эти полемические по сути занятия на кафедре русской филологии.

Творческий потенциал, заложенный на кафедре изначально, продолжает свою реализацию в многоаспектных исследованиях членов кафедры русской филологии, с достоинством несущих традиции, сложившиеся на ней, и как дань уважения к своим Учителям и коллегам, как вклад в общее развитие и становление ведущего вуза нашей страны – Казахского национального университета им. аль-Фараби, в котором кафедра русской филологии стала своеобразной кузницей научных кадров для республики.

### **Подведение итогов**

В декабре 2017 года в г. Астана в зале Ассамблеи народа Казахстана состоялся научный семинар «Эпоха в зеркале языка: лингвистическое наследие Н.И. Гайнуллиной».

Научная и педагогическая деятельность Н.И. Гайнуллиной стала знаковой в эпоху становления научной школы русистов в Казахстане. Исследования эпистолярного наследия Петра I получили международное признание и стали визитной карточкой Надежды Ивановны.

В этот день состоится Церемония дарения фонду библиотеки исторических словарей русского языка и книг из личной (домашней) библиотеки профессора Н.И. Гайнуллиной, а также онлайн-трансляция выступлений ученых с других городов Казахстана.

Мероприятие проводится при поддержке Национальной академической библиотеки Республики Казахстан, Казахстанского

общества преподавателей русского языка и литературы, Научно-экспертного совета Ассамблеи народа Казахстана.

С приветственным словом и докладами на мероприятии выступают такие известные ученые Казахстана, как Э.Д. Сулейменова, Н.Ж. Шаймерденова, Ж.Н.Жунусова и др.

Научный семинар был посвящен важным лингвистическим вопросам – осмыслению творческого пути и богатого наследия русистов Казахстана, внесших вклад в развитие мировой и казахстанской филологической науки.

Мероприятие проводилось в рамках проекта «Эпоха и личность» – уникальность которого состоит в том, что он реализует идею сохранения духовных ценностей в эпоху глобализации. В числе организаторов и докладчиков мероприятия – участники проекта «100 новых лиц Казахстана»: Д.Б.Аманжолова, М.А. Бурibaева, Ж.Д. Маликова. Их выступления, заявленные в программе мероприятия, еще раз подтверждало, что проект «100 новых лиц Казахстана» свидетельствует о том, что молодое поколение казахстанцев – это также история о творчестве и созидании, об обновлении сознания конкретных лиц.

### **Отклики коллег, друзей, учеников**

#### **Милана Лазариди (Кыргызстан)**

Дорогая Надежда Ивановна!

Я очень рада, что в Астане прошел семинар-величание, посвященный вашему творчеству как классическому и вам как живому классику. Готовилась к телемосту с 4 декабря. Волновалась, что не будет связи, не будет слышно, не смогу говорить от волнения. Во время импровизированной речи произошло удивительное явление: я прочувствовала, как мысль формирует слово. Слова лились сами собой. Мысль о вашем высоком месте в науке Казахстана-Советского Союза – мира тоже сформировалась во время речи. У поэта А.Вознесенского есть строки о тоске по настоящему, то есть истинному. Говорить о вас было легко, потому что у вас все настоящее: наука, жизнь, семья.

Еще раз хочу подчеркнуть, что ваш бенефис был большим праздником для науки. Все были счастливы сказать вам слова благодарности.

Я поздравляю вас и всю вашу семью с семинаром – величанием и наступающими праздниками. Желаю всем здоровья!

### **Nursulu Shaimerdenova**

Дорогая Надежда Ивановна, добрый день!

А я хотела бы, прежде всего сказать: С П А С И Б О!!!

Это прекрасно, что есть Вы – наш Учитель.

Мне, наверное, особенно повезло учиться в КазГУ имени С.М.Кирова в тот период, когда были такие Учителя, был особый дух элитарного вуза, по тому как Вы и Ваши коллеги читали лекции, обращались к студентам, были наполнены оптимизмом, творчеством, любовью. И были строги, требовательны, внимательны.

Мне крупно повезло, и я теперь это ощущаю все больше и больше. Может быть поэтому и возникла эта идея проводить этот рамочный симпозиум «Эпоху и Личность». И особенно приятно, что многим мы можем сказать при жизни СПАСИБО! Я признательна Вам за Ваш труд и Ваше отношение к науке и преподаванию.

Обнимаю!!!

### **Майнура Бурибаева**

Здравствуйте Надежда Ивановна! Спасибо! Ваше большое, теплое письмо получила и даже как-то неудобно стало мне...

Нам, организаторам во главе с Нурсулу Жамалбековной, это доставляет огромное удовольствие, лично я в этом расту – вспоминаю учителей, их труды, читаю биографию, перечитываю труды и это здорово помогает в аудитории и восстановить собственные знания и потом дело учителей всегда должно быть продолжено учениками... К тому же, если мы не будем пропагандировать ваши труды, имена ученых, то получим дилетантов в науке и «племя младое», которое будет думать, что они изобрели велосипед... Дорогая Надежда Ивановна, мы очень рады, что доставили вам хоть капельку радости этим мероприятием и смогли выразить маленькую благодарность за ваш большой титанический труд во благо казахстанской науки!

С уважением, ваша студентка Майнура.

**Жаналина Лаззат**

Дорогая Надежда Ивановна!

Очень достойно провели то, что Вы назвали презентацией, прошло даже лучше юбилея, или точнее, это был достойный своих основателей юбилей кафедры. Он не был официальным, а был самым искренним и самым светлым мероприятием, который не просто оставит след, но будет иметь достойное продолжение. И все это Ваша заслуга! Думаю, что наши учителя были с нами и благодарны Вам, как все мы. Очень хорошо вы говорили и в начале, и в конце. Поклон Вам до земли. Спасибо за то, что Вы есть у нас, за то, что Вы делаете для науки и бывших, нынешних и будущих учеников!

Ваша, Л.К. Жаналина.

**Бобылев Борис**

Сердечно благодарю Вас, любезная Надежда Ивановна, за дивный подарок. [Сборник] прочел единым духом. При этом в них гармонично сочетаются научная объективность анализа, документальная точность и внимание к деталям с теплотой, душевностью, любовным отношением к учителям и коллегам.

Надежда Ивановна, дорогая, я оценил Ваше мужество, проявившееся в том числе в полном отсутствии цензуры (это касается и моего текста и текстов других участников). Острые моменты не сглажены и не затушеваны. Все как есть. Все по “гамбургскому счету”. Это – достойная дань памяти ушедшим великим и большое утешение ныне живущим ученикам и последователям школы Х.Х.Махмудова.

Еще раз спасибо за освежающее веяние творческого и животворящего духа. До побачення: ваш Боря.

**Шамычкова Оля**

Надежда Ивановна!

Неудобно было Вас отвлекать, но сказать я должна: боготворю, чту Вашу невыразимо светлую, мудрую личность и преклоняюсь перед Вашим научным гением. Люблю вас! И благодарна буду всегда!

**Семенов П.А., выпускник КазГУ, аспирант кафедры русской филологии 1990-92 гг., доктор филологических наук**

Кафедра русской филологии КазГУ им. С. М. Кирова была моей первой научной школой. Гордился и горжусь, что был ее выучеником и воспитанником, что зовусь «филолог-русист» и причтен к сонму оратаев и сеятелей Русского Слова. К племени уходящему, придут на смену коему на поле, волчецом и тернием поросшее, «бакалавры и магистры лингвистики»...

Истинным филологом был основатель кафедры Хайрулла Хабидуллоевич Махмудов, создатель оригинальной стилистической концепции, в сущности, и определившей то самое «лица необщее выраженье», которое и сделало кафедру русской филологии не заурядным «департаментом» в структуре вуза, коих десятки и сотни, а именно *школой* в первоначальном, сократовском, смысле этого слова. Стилистика – ядро филологии, именно она связует воедино языкознание, поэтику, литературоведение, риторику и прочие этажи и анфилады величественного филологического здания. Х. Х. Махмудов был ученым-энциклопедистом, живо интересовавшимся древней и современной словесностью. Достаточно только названий его кандидатского и докторского исследований – «Тюркизмы в языке русских памятников XI-XIV вв.» (1943) и «Русско-казахские лингвостилистические взаимосвязи» (1970) – чтобы понять, что это был настоящий казахстанский ученый-интернационалист, или «евразиец», говоря сегодняшним конъюнктурным языком.

Идеи Х.Х. Махмудова оказались востребованными и по-разному преломленными в научном творчестве всех сотрудников кафедры. Усилиями Х.Х. Махмудова, его учеников и соратников возник особый «творческий контекст», определивший и своеобразие кафедры русской филологии, и ее особую роль в создании духовной атмосферы на факультете. Взгляд на язык сквозь призму стилистики и сквозь призму национальной культуры стал доминирующим в этом замечательном коллективе. В этом ключе работали (и многие продолжают работать) Н.И. Гайнуллина, всю свою научную жизнь связавшая со Словом в русском литературном языке XVIII в., В.И. Акимова, исследовавшая общественно-политическую лексику в поэзии Огарева, и В.Г. Миронова, посвя-

тившая замечательные работы стилю Н.С. Лескова, и Г. В. Ким, пишущая о чеховском синтаксисе, и В.П. Барчунов, изучавший стиль Чехова в аспекте словоупотребления, и другие замечательные преподаватели кафедры. В. А. Исенгалиева, возглавившая кафедру после кончины Хайруллы Хабибулловича, открыла новое направление исследований и тем самым новые перспективы для развития и роста кафедры – сопоставительно-типологическое изучение грамматического строя казахского и русского языков, конечно, на широком фоне, в филологическом и культурологическом контексте.

А ученым меня сделала Надежда Ивановна Гайнуллина, навсегда определившая мой интерес к исторической русистике. Если Валентина Ивановна повлияла на общий дух моего научного творчества, то Надежда Ивановна, став моим научным руководителем в аспирантуре, дала мне метод и стиль, помогла мне понять себя как исследователя. Два года таскал я ей кусочки своей будущей диссертации. И два года она терпеливо, по-матерински наставляла меня, правила мои незрелые юношеские писания, щедро делилась секретами своей исследовательской кухни, из которой впоследствии выросла моя творческая лаборатория. Кстати, и готовит Надежда Ивановна изумительно! Надежда Ивановна Гайнуллина – бесспорный лидер исторической русистики в Казахстане. Я думаю, главный секрет ее научной кулинарии – в только ей присущем умении соединить традицию и новации. Традиционализм – в последовательно проводимом историческом и филологическом подходе к материалу, новаторство – в органичном подключении к исследованию текстов прошлого категорий, разрабатываемых современной коммуникативистикой, неориторикой, прагматикой, – языковая личность, адресант и адресат, дискурс и др.

Н.И. Гайнуллина одной из первых в казахстанской русистике увидела, как важно подключить к исследованию текста прошлого фактор адресата, причем адресата не только синхронного адресанту, но и адресата диахронического, как важно видеть не только текст, но и адресанта – языковую личность создателя текста. Литературоведением отчасти уже был подготовлен этот «поворот к человеку», к принципу антропоцентризма. В 70-е гг. Д.С. Ли-

хачев, анализируя стиль посланий Ивана Грозного, пишет как о перспективном и новом направлении о возможности исследования «литературного поведения», «коммуникативного поведения» автора путем анализа его текстовой продукции или, как сказали бы сегодня, дискурса. Но историки языка по-прежнему высказываются в этом отношении крайне осторожно. Всё, что связано с исследованием прагматики текста, выявлением интенций, экстралингвистического контекста, – в диахронической лингвистике остается как бы под запретом. Здесь по-прежнему сдерживает свободный исследовательский полет достаточно авторитетное мнение, высказанное, напр., Н.Д. Арутюновой, о том, что понятие «дискурс» не применимо к текстам прошлого, так как «их связи с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно». Между тем, как можно оценивать эффективность использования стилистических средств без учета прагматики текста, коммуникативных намерений его автора?

Надежда Ивановна привлекает для анализа эпистолярный жанр как один из наиболее «эгоцентричных», в котором очень хорошо просматривается личность автора. Исследователи неоднократно обращали внимание, что в Петровскую эпоху существенно возрастает роль личности в формировании нового типа литературного языка, но почему-то при этом оставалась вне поля зрения языковая личность Петра Великого, инициатора и проводника всех этих культурных реформ. Для решения вопроса о характере нормы литературного языка в переходный период весьма продуктивным, на наш взгляд, оказалось подключение категории «языковая личность». Н.И. Гайнуллина удачно использует понятия «традиционная языковая личность» и «новая, европеизированная языковая личность», подчеркивая тем самым разную степень ценности дискурсной продукции этих двух типов личности для выявления нормативных эталонов. Не могу не отметить еще и то, что тот последовательный историзм и филологизм, который демонстрирует Надежда Ивановна во всех своих научных изысканиях, является надежной прививкой против дегуманизации научного знания. И это еще один урок, урок не только теоретический, но и нравственный, полученный мною от Учителя.

И еще одному научила меня наша кафедра: любить студентов, ценить их тягу к истинному знанию, которое дает только книга, только Слово, уважать их за тот непростой, непрагматичный выбор, который они сделали в наш прагматичный, меркантильный век.

... Таков в моем представлении коллективный «творческий контекст», созданный кафедрой русской филологии за 50 лет своего служения. И хочется сказать мне своим дорогим Учителям, друзьям и коллегам: оракаи и сеятели Русского Слова! Не пропадет ваш труд и «дум высокое стремленье»! И пусть в ваши 50 звучит ваш голос по-юношески задорно и звонко!

Ахметова Л.С.

### Заславская Мария Борисовна

Мой первый научный руководитель Мария Борисовна Заславская. Благодаря ее руководству я прославилась как успешная студентка, занимающая научной деятельностью. И прославилась на весь Советский Союз, так как я была единственной в своем роде по всем гуманитарным наукам.

Однако все по порядку. Познакомилась я с ней неожиданно, учась в 8 классе. Я была секретарем комитета комсомола школы и членом Советского райкома комсомола Алма-Аты. Еще раз повторяю, что всегда занимала активную общественную позицию, которая все время некоторым и не нравилась, поэтому недоброжелатели, которые были у меня всегда, часть из них была именно в области общественной жизни.

Мария Борисовна откуда-то приехала, и только стала работать на кафедре истории КПСС гуманитарных факультетов КазГУ и собирать материалы для своей кандидатской диссертации. Однажды мне позвонили (вернее, позвонили в 36 среднюю школу, где я училась) и передали мне, что со мной хочет поговорить преподаватель КазГУ по работе комитета комсомола нашей школы.

Так мы в стенах школы встретились и долго-долго разговаривали. Естественно, наш комитет комсомола был передовой, поэтому я и была то членом Советского райкома комсомола, кстати, в то время там как комсомольская организация числился и КазГУ и секретарь тоже был членом райкома. Попутно я рассказала о своих поисках родственников погибших на фронтах Великой Отечественной войны, закончивших нашу школу, ветеранах войны и одноклассниках погибших, рассказывала и об истории школы, которая была создана в год принятия Сталинской Конституции, в 1936 году.

Я понравилась Марии Борисовне своими суждениями, поисками и восстановлением имен погибших, своей увлеченностью. Узнав, что я хочу поступать в КазГУ, она мне сказала:

- Как поступишь, приходи!

И дала свои контакты.

Осенью 1971 года, поступив на факультет журналистики КазГУ, когда мы приступили к занятиям, я пришла к ней на кафедру. Так я на долгие годы стала частым гостем на самой главной и выдающейся кафедре любого университета того времени.

Мария Борисовна сразу же сказала мне, что будешь заниматься своей любимой темой, но уже не в публицистическом плане и просто сборе материалов, а в научном. Что такое научный план (сами слова) я вроде понимала, но совсем плохо представляла, как это делать. Так пошла моя новая учеба, которая совсем не воспринималась как учеба. Так просто зачем-то она это делает, так думали однокурсники, а иногда просто даже считали и выдумывали мои выгоды от этого.

Мария Борисовна никогда мне не преподавала, я от нее никак не зависела ни тогда, ни в более взрослом возрасте. Да и я ей вовсе была не нужна, так как у нее хватало и других студентов. Но чем-то я ее зацепила еще тогда, в школьные годы, так мы и стали сначала учитель-ученик, а потом много позже коллегами, подругами. Но я всегда и везде подчеркивала, что Мария Борисовна – мой первый научный руководитель, и я состоялась благодаря ей во многом, особенно в молодые годы, в период моего научного становления. Кроме того, я у нее училась многому, позже я это применяла и в педагогической, и общественной практике, в науке и в журналистике.

Если бы не Мария Борисовна, я просто бы не состоялась как ученый, и главное, не увидела бы мир ученых и вообще мир за пределами университета во всей его красочности и привлекательности. Да и жизнь моя была бы совсем другой. И я оправдала все потраченные на меня силы и надежды Марии Борисовны. Я знала всегда: она мной гордилась и часто особенно студентам обо мне рассказывала. Да и я всегда рассказывала своим студентам, как я стала ученым благодаря ей и ее упорству в первую очередь, потому что было многое: отчаяние, потеря привлекательности и интереса к науке, и потеря сил на работу, желание бросить все и вся, жить как все, неудачи и многое другое.

Благими намерениями устлана дорога в ад. Я поняла: нужны не только намерения, но и упорный труд. Всегда я много и упорно трудилась за счет своего сна, в первую очередь. Для гуманитариев, я мало верю просто в удачу и просто взять и создать

что-нибудь, надо очень долго думать над этим и много-много трудиться. Бесплатный сыр имеется только в мышеловке.

Надо много знать, приобретать опыт, учиться на своих ошибках и ошибках других. И еще надо иметь всегда научного руководителя, своего рода поводыря на долгом, опасном и трудном пути к свету науки. И мне очень повезло, что я встретила Марию Борисовну (или она меня увидела?). Мне повезло, что я была у нее первой и единственной такой, да и любимой, без сомнения!

В жизни у меня было много учителей. Я всеми ими горжусь! Каждый дал мне свои знания и поделился своим опытом, каждый, как мог, оберегал меня от ошибок и несправедливости в этом жестком мире. Но Мария Борисовна была первой в науке, и то, что я состоялась как ученый – все это, в первую очередь, благодаря ей.

На первом курсе с октября месяца, с первых дней моих занятий, она определила мне тему «Военно-патриотическое воспитание школьников города Алма-Ата в 1966-1970 годы». Вместе мы составили план работы. На все это отводилось полгода. Я тогда не спрашивала, почему и как, подчинялась ей, и просто слушала и выполняла. Поскольку я с 14 лет веду ежедневники (практически в том виде, какие имеются и сейчас, только все дни в блокнотах были расписаны от руки в то время!) и свое собственное планирование дня, месяца, года. Мне, в общем-то, было легко все делать, потому что я привыкла жить по плану. Я каждую неделю созванивалась с нею по домашнему телефону, Мария Борисовна назначала встречу на кафедре, я приходила к ней и докладывала, какой материал я насобираала в течение недели. Понятное дело, были и срывы, были и невыполнения своих заданий, я тогда звонила к ней, и мы откладывали встречи. Я всегда объясняла причины не выполнения поставленных задач, были они разного плана, но ведь и жизнь такая разная! Сначала она просто молча выслушивала мои объяснения. Это было тогда, когда я еще не получила первой награды, потом разговоры наши становились или жестче, или мягче в зависимости от ее настроения или моего выполнения заданий, так я стала лауреатом Всесоюзного конкурса.

Собираала я материал в школах разных районов Алма-Аты, в городском и районных комитетах ВЛКСМ. Благо за последний период они еще не успели сдать материалы в архивы. Договари-

валась я сама, не прибегая к помощи Марии Борисовны. Она просто мне рекомендовала на кого надо выходить и что надо просить, где может находиться тот или иной материал. Все это она знала, так как ею была недавно защищена кандидатская диссертация по идеологической работе с молодежью, поэтому она проходила этот путь только в более масштабном варианте.

Созваниваться, договариваться и встречаться с комсомольскими работниками было легко, потому что меня знали как бывшего секретаря комитета комсомола передовой алма-атинской школы, члена Советского райкома комсомола. На первом курсе я стала комсоргом 104 группы факультета журналистики, бывала в комитете комсомола КазГУ, и там меня тоже уже знали. К тому же, как будущему журналисту, не уметь налаживать контакты?

Я все писала во время сбора материала. Настало время написания всей работы. Мои наработки по темам, написанные от руки, читала Мария Борисовна, жестоко правила их, иногда что-то писала вместо меня, делала себе пометки, чтобы проверить после и внести какие-то изменения. Так я стала ездить к ней домой вечерами, чаще всего к 7-8 часам вечера, и уже после 10 часов возвращаться домой. Я приносила написанный материал, она редактировала его или объясняла, почему это неверно, или какие должны быть выводы. Писать научную работу оказалось очень трудно. Я даже не представляла, что это такое. Потом много позже я всегда страдала тем, что мне говорили: это публицистика, а никак не научная работа! Я обязательно к этому вернусь когда-нибудь и объясню свою точку зрения, но тогда я просто не понимала, как это делать.

Мария Борисовна чуть позже мне посоветовала читать научную литературу, овладевать научной терминологией, читать словари и энциклопедии и потом объяснять значения слов такими же научными терминами. Все это было чуть позже. Это было задание на лето и дальше, а тогда весной мы писали долго, мучительно, но «имея прекрасный материал, собранный отлично», – как говорила мне Мария Борисовна!

Долго и мучительно оказались полутора месяцами практически ежевечерней работы со мной и собранным и написанным мною материалом.

Наконец, все вроде было все готово. Я повторяю, что писала я все от руки, изредка печатала на пишущей машинке «Москва»,

подаренной мне отцом в честь моего поступления на факультет журналистики. Работа вышла большая, где-то около 40 страниц, напечатанных на машинке. Печатать сама я уже не успевала, тогда мне пришлось просить отца, он мне дал свою машинистку (та, которая ему всегда печатала его материалы и переводы!), которой я заплатила свои собственные деньги. Потом три экземпляра я переплела как дипломную работу (в то время студенты это делали только на 5 курсе, отдавая диплом на переплет, а я уже на 1 курсе делала это!). Как долго я искала переплетную мастерскую, как вспомню сейчас!!!

Затем я сдала свою работу до 1 апреля в научное студенческое общество – НСО для участия в научной студенческой конференции, которая всегда и везде в университетах и институтах проходила в день рождения В.И. Ленина – 22 апреля. Так я познакомилась с работой НСО, позже все годы активно сотрудничала там.

С 1 апреля, практически около трех недель, шел отбор научных работ комиссией по направлениям науки. Мою работу отобрали на конференцию. После моего выступления на конференции, были вопросы комиссии и просто участников конференции, мою работу рекомендовали на городскую научную студенческую конференцию.

Прошла городская научная студенческая конференция, затем и республиканская. Всем этим руководил комсомол. Знаю, что отбор шел жесткий, никто не знал фамилий и откуда студент, работы шли под псевдонимами, отбирали лучшие работы, потому что надо было быть лучшим и в Москве.

Я даже не рассчитывала, что пройду на Всесоюзный конкурс, все-таки первокурсница, но моя работа была отправлена на Всесоюзный конкурс. И уже осенью, будучи студенткой 2 курса, узнаю, что стала лауреатом Всесоюзного конкурса студенческих работ по общественным наукам по специальности международное молодежное движение. Было несколько направлений, и от всего Казахстана стали лауреатами и поехали в Москву несколько человек.

Конечно, я тут же прославилась, потому что с КазГУ я была одна, да к тому же всего-то студентка 2 курса!

Поездка в Москву, участие во Всесоюзной научной студенческой конференции, выступление там – это были мощнейшие

стимулы для дальнейшей работы. Во время поездки я познакомилась со Светланой Минажевной Шалахметовой, работающей начальником студенческого отдела ЦК ЛКСМ Казахстана. Она была и руководителем группы студентов на конференции в Москве. И с ней у меня была потом дружба на долгие годы.

Всесоюзный конкурс научных студенческих работ по общественным наукам, международному молодежному движению проводился один раз в два года.

В следующем конкурсе я, уже будучи молодой мамой, также участвовала. И участвовала только благодаря Марии Борисовне. Она мне всегда говорила: ты должна, ты можешь, ты – самая лучшая.

И только благодаря ей я смогла написать работу и сдать ее. В это раз я взяла ту же военно-патриотическую тему молодежи, но только расширила ее территориальный охват, сделав на основе материалов Алма-Аты и Алма-Атинской области.

И снова неожиданно совсем для меня я стала лауреатом Всесоюзного конкурса 1973 года! В этот раз Всесоюзная студенческая конференция проходила в Казани и потом я с группой студентов со всего СССР – лауреатов конкурса поехали в Болгарию. Это была первая в моей жизни заграничная командировка. Из Казахстана нас было трое лауреатов по разным специальностям: одна студентка ЖенПИ, Анатолий Иргашев – студент юридического факультета и я – студентка факультета журналистики КазГУ.

В 1975 году проходил шестой Всесоюзный конкурс студенческих работ. Я училась уже на пятом курсе и снова приняла участие. Мой руководитель Мария Борисовна Заславская сказала мне снова расширить тему географически. Теперь моя тема называлась «Деятельность комсомольской организации по военно-патриотическому воспитанию в Казахстане в 70-е годы». И вновь – победа! Я только приступила к работе преподавателя факультета журналистики и поехала как лауреат в Москву на Всесоюзную конференцию и потом сразу в Чехословакию. Из Казахстана я была одна.

За всю историю Всесоюзных конкурсов я была единственной, ставшей трижды лауреатом этих конкурсов. Медали IV, V и VI Всесоюзных конкурсов до сих пор хранятся у меня дома.

Я часто студентам рассказывала об этом. Как можно будучи студентом заниматься научной, общественной работой, кроме от-

личной учебы, разумеется. И, естественно, вспоминаю о Марии Борисовне Заславской, благодаря которой я научилась серьезно заниматься научной работой и стала доктором исторических наук, профессором политологии.

Некоторые ее советы:

1. Помни, ты – лучшая!
2. Никогда не показывай всю свою работу. В мире много людей, которые позавидуют тебе только за ту огромную работу, которую ты делаешь.
3. Никто не поверит в твою огромную производительность труда.
4. Никто не будет верить в твои разные профессиональные интересы научного поиска.
5. На пути будет много лентяев, желающих присвоить твой труд.
6. Пиши совместные работы сначала со своим учителем, потом со своими учениками.
7. Упорно и каждый день занимайся научной работой: собирай материалы, читай, думай, анализируй, пиши!
8. Умей работать в любое время и в любом месте: на собрании, на отдыхе, когда выпадают свободные минуты дома и вне его.

Шыңғысова Н.Т.

### **ЮНЕСКО кафедрасының тұрақты даму мақсаттары бағытындағы қызметі**

Тұрақты даму мақсаттары 2030 жылға дейінгі кезеңге арналған күн тәртібі ретінде қабылданғалы әлемде кедейлікті жою, теңсіздік пен әділетсіздікке қарсы күрес, климаттық өзгерістер мәселелері қарастырылуда. Білім беру саласындағы талантты жастар мен ғылымдағы іргелі зерттеулер, инновациялық идеялар бұл мақсатқа жетудің алғышарттары. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті тұрақты даму мақсаттары саласындағы жұмыстарды белсенді жүзеге асырып келеді. Бұл бағытта студенттерді аталмыш идеяны түсінуге бағытталған терең теориялық және кәсіби білім мен тұрақты даму саласындағы ғылыми зерттеулер бағдарламаны енгізуді қолдауға арналған пәнаралық сипатпен кең ауқымға ие болуда. Университет ТДМ саласындағы халықаралық тәжірибеге негізделген монографиялар мен оқу құралдарын жарыққа шығарды.

ТМД елдері бойынша Журналистика және коммуникация жөніндегі жалғыз кафедра болып саналатын ЮНЕСКО кафедрасы тұрақты даму мақсаттарын көздеген іс-шаралар атқарып отыр. Қазақстандағы БҰҰ-Әйелдер өкілдігі, Коммуникацияны дамыту халықаралық бағдарламасының гранттық қолдауымен гендерлік журналистика бойынша оқу бағдарламаларын күшейту, гендерлік теңдікті БАҚ беттерінде сауатты жазу бойынша республикалық ЖОО өкілдеріне, өңірлік журналистерге оқыту семинар-тренингтерін өткізді. Алматы қ. ЮНЕСКО Кластерлік бюросымен бірлестікте гендерлік сезімталдық индикаторлары туралы материалдарды қазақ және орыс тілдеріне аударуға атсалысты. ЮНЕСКО оқу бағдарламаларының моделін оқу процесіне енгізу бойынша да жұмыстар атқаруда.

Кафедра ғалымдары табиғи ресурстарды дамыту саласындағы зерттеулерге қатысуда. Оған халықаралық журналдарға жарияланған экологияға, табиғи ресурстарды басқаруға арналған ғылыми жарияланымдар дәлел. Аталған саланы ақпараттық қолдаудағы өзекті мәселелерді журналистік ортада талқылау мақсатында ғылыми шаралар дәстүрлі өткізіледі.

Қазіргі таңда табиғи ресурстардың қазақстандық БАҚ-та жазылуы, әсіресе су ресурстарын басқарудағы гендерлік мәселе туралы ғылыми-зерттеулер қажет. Бұл мәселенің гендерлік тұрғыдан қарастырылуы, яғни, бұл тақырыпты көтерудегі әйелдер мен ерлердің үлесі қандай? – деген мәселе өте өзекті.

Халықты су ресурстарымен қамтамасыз ету елдің экономикалық дамуына ықпал ететін басты фактор болғандықтан, бұқаралық ақпарат құралдарында бұл мәселенің жазылуы өте маңызды. Себебі халық бұл саладағы жаһандық үрдістер мен тенденцияларды, ғылыми жаңалықтар мен үздік тәжірибелерді БАҚ материалдары арқылы біледі. Яғни қоғамның экологиялық мәселелерге назар аударуындағы БАҚ-тың рөлі ерекше.

Су ресурстарына байланысты көптеген материалдарда ер адамдар басты тұлға болып табылады. Ерлер жауапты, басшы қызметте. Бұл тақырып бойынша жарияланымдарды сараптау барысында, су мен денсаулыққа байланысты материалдар, су ресурстары жүйесін жетілдіруге арналған материалдар, үкіметтік шаралар, халықты сумен қамтамасыз етуге байланысты проблемалар туралы жиі жазылатынын байқадық.

Жалпы БАҚ-та су ресурсына байланысты мәселелерді сауатты көтермеу қоғамды дезориентацияға ұшыратуы мүмкін. Көп жағдайда журналистерде қалыптасқан стереотип болады. Сондықтан, журналистердің осы тақырыпты көтеруде кәсібилігін арттыру күн тәртібінде. Қазіргі нарықта қызмет етіп жүрген журналистерге халықаралық жобалардың қолдауымен оқыту семинарларын ұйымдастыру көп тиімділікке жеткізеді. Тәжірибе көрсеткендей, мұндай семинарлар үлкен нәтиже береді. Мәселен, өңірдегі журналистер кафедра ұйымдастырған семинардан алған білімдерін қолдана отырып БАҚ беттерінде гендер тақырыбында көптеген материалдар жариялады. Сондай-ақ, ЖОО өкілдері де оқу процесіне гендерлік журналистикаға байланысты пәндер енгізді.

Ал студенттерге білім университет қабырғасында берілуі тиіс. ЮНЕСКО кафедрасы орындаған халықаралық жобалардың нәтижесінде халықаралық журналистика мамандығына «Гендер және БАҚ» атты курс енгізілді. Бұл пән гендерлік сезімталдық индикаторларын әзірлеп, оның деңгейін өлшеуге, гендерлік журналистика саласында машықтануға, болашақта БАҚ-та сауатты жазуға, гендерлік талдау, мониторинг жүргізуге үйретеді.

**Аңдатпа.** Табиғи ресурстарды БАҚ беттерінде жазуға байланысты оқу үдерісіне экологиялық мәселелер мен бастамаларды коммуникациялық қолдауды үйретуге бағытталған «Экологиялық журналистиканың шетелдік тәжірибесі» пәні енгізілді. Пән ЮНЕСКО-ның экология және қоршаған орта саласындағы құжаттарына және шетелдік экологиялық БАҚ кейстеріне негізделген. Сондай-ақ, «БАҚ еркіндігі және тұрақты даму», «ЮНЕСКО принциптері және әлемдік журналистикадағы инновация», «БАҚ және қоғамның тұрақты дамуындағы жаһандық үрдістер» пәндері енгізілді. Бұл пәндерді оқытуда білім беру саласындағы ЮНЕСКО стандарттары қарастырылады. Қазіргі таңда осы пәндерді онлайн оқытуда цифрлық технологияның барлық мүмкіндіктері қолданылуда әрі шетелдік ғалымдармен коллоборацияда ғылыми-зерттеулер жүргізіліп, магистрлік, докторлық диссертацияларға тақырып ретінде ұсынылуда.

**Түйін сөздер:** Тұрақты даму мақсаттары, ЮНЕСКО оқу бағдарламалары, экологиялық журналистика, гендер.

**Abstract.** The UNESCO Department on Journalism and Communication is actively working towards achieving sustainable development goals. Leading scientists of the department in collaboration with foreign colleagues are engaged in research in the field of lighting the natural resource development. This is confirmed by scientific publications on this topic, published in international journals.

Currently, there is a need for scientific research on the coverage of the natural resource development in Kazakhstani media. People learn about world trends and news in this area from the media; that's why, the role of the media as an important tool for raising public awareness of environmental problems is special. Failure to raise, for example, water issues in the media can lead to the public confusion. Therefore, increasing the professionalism of journalists should be on the agenda.

**Аннотация.** Кафедра ЮНЕСКО по журналистике и коммуникациям активно работает в области достижения целей устойчивого развития. Ведущие ученые кафедры в коллаборации с зарубежными коллегами занимаются исследованиями в области освещения разработки природных ресурсов. Об этом свидетельствуют научные публикации по данной теме, вышедшие в международных журналах.

В настоящее время существует потребность в научном исследовании освещения разработки природных ресурсов в казахстанских СМИ. Именно из СМИ люди узнают о мировых тенденциях и новостях в этой области. То есть, роль СМИ, как важного инструмента повышения осведомленности общественности об экологических проблемах, является особенной. Неспособность поднимать вопросы, связанные, например, с водными ресурсами в СМИ, может привести к дезориентированию общественности. Поэтому на повестке дня должно стоять повышение профессионализма журналистов.

# СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

1. Адилова Людмила Фёдоровна – доктор политических наук, профессор кафедры политической социологии Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Россия
2. Кутпанбаева Жазира Бектемисовна – преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
3. Извеков Валерий Станиславович – магистр гуманитарных наук.
4. Морев Никита Олегович – магистр гуманитарных наук.
5. Мухитов Арупжан Зумратович – магистр гуманитарных наук.
6. Спабекова Жанар – аға оқытушы информатика кафедрасы, ақпараттық технологиялар факультеті, Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті.
7. Тусупова Алма Кокбаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе КазНУ им.аль-Фараби
8. Узбекова Жанна Вадимовна – магистр экономических наук, начальник отдела казначейства ТОО Алматы ЭнергоСбыт.
9. Хакимова Тыбыштық – п.ғ.к, доцент, информатика кафедрасы, ақпараттық технологиялар факультеті Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті.

## ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

1. Бекболатулы Жетписбай – к.э.н., профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, член Клуба PR-shy.
2. Вельсапар Ак – оқу орны, дәрежесінің шетелше атауы (философия ғылымының кандидаты оларда басқаша аталады ғой). Стокгольм, Швеция.
3. Веревкин Алексей Валентинович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби.
4. Губашева Дариға Тыныштыковна – журналистика факультетінің аға оқытушы, ф.ғ.к.
5. Дзялошинский Иосиф Михайлович – доктор филологических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.
6. Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной Кадровой Академии, действительный член Евразийской Академии телевидения и радио, Киев, Украина.

7. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби.

8. Нода Лариса Павловна – ст. преподаватель факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби, лауреат Международного Пушкинского конкурса, лауреат премии Союза журналистов Казахстана, художественный руководитель театра КазНУ «Эйдос».

9. Нүриден Рахима, Шет тілдер және іскерлік карьера университетінің профессоры, филология ғылымының кандидаты Алматы.

10. Тойлыбаева Галия Бекбаевна – Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ қоғаммен байланыс мамандығының I курс магистранты.

11. Шорохов Дмитрий Павлович – кандидат филологических наук, доцент КазМУИТ, член Союза художников Республики Казахстан.

### ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

1. Агаркова Вікторія Вікторівна – директор Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки, м. Миколаїв, Україна.

2. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио, Алматы, Казахстан.

3. Бокшань Галина Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Херсонского государственного аграрного университета, Украина.

4. Гейбл-Кравц Паулина – со-основатель, владелец франшизы Международной Детский Университет дополнительного образования по английскому языку, Израиль.

5. Zhukova Irina – Educational-Scientific Institute of International Relations and Social Sciences, Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv, Ukraine

6. Иргебаева Назия Мұқатаевна «Тұран-Астана» университеті, педагогика ғылымдарының кандидаты, доцент Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

7. Kutashev Igor – Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv, Ukraine.

8. Онкович Анна Владимировна, доктор педагогических наук, профессор, Київський медичний університет, Kyiv, Ukraine.

9. Онкович Артем Дмитриевич, кандидат педагогических наук, доцент, Kyiv, Ukraine.

10. Pivovarov Konstantin – Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv, Ukraine

11. Рахметова Рахили Әмірзақовна – «Тұран-Астана» университеті, экономика ғылымдарының докторы, профессор, Нұр-Сұлтан қаласы.

12. Romanenko Yevhen – Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv, Ukraine.

13. Рузин Валерий Давыдович – кандидат философских наук, президент Евразийской Академии телевидения и радио, Москва, РФ.

14. Сарсекеева Наталья Канталиевна – кандидат филологических наук, доцент КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

15. Сейтқазы Эльмира Амангелдіқызы – докторант 1-го курса КазНУ им. аль-Фараби.

16. Хайрушева Елена Есенбековна – докторант 2-го курса, ст.преподаватель КазНУ им. аль-Фараби.

17. Шайдулина Дарья Рустамовна – магистр философии, научный сотрудник Института философии, политологии и религиоведения КН МОН РК.

#### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

1. Абдашова Перизат Оралбайқызы – Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті ЮНЕСКО, Халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасы, “Қоғаммен байланыс” мамандығының II курс магистранты.

2. Алимкулова Мадина Еркековна – «Психология» мамандығының 3 курс студенті «Тұран Астана» университеті Нұр-Сұлтан қаласы, Қазақстан Республикасы.

3. Аукешева Асель – студентка 3 курса журфака КазНУ им. аль-Фараби.

4. Губашева Дариға Тыныштыковна – Журналистика факультетінің аға оқытушысы, ф.ғ.к.

5. Иргебаева Назили Мұқатаевна «Тұран Астана» университетінің доценті Нұр-Сұлтан қаласы, Қазақстан Республикасы.

6. Каргаполов Кирилл Сергеевич – журналист, выпускающий редактор интернет-издания The Village Казахстан; магистрант, Казахский Университет Международных отношений и Мировых Языков имени Абылай-хана.

7. Куценко Илья Александрович – магистрант I курса КазУМО и МЯ им.Абылай хана.

8. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение» КазНУ им. аль-Фараби.

9. Нода Лариса Павловна – ст. преподаватель факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби, лауреат Международного Пушкинского конкурса, лауреат премии Союза журналистов Казахстана, художественный руководитель театра КазНУ «Эйдос».

10. Осмонова Канькей Шаршембековна – КУУнун Журналистика факультетинин “Жарнама иши жана коомчулук менен байланыш” кафедрасынын окутуучусу, Бишкек, Кыргызстан.

11. Попов Дмитрий – магистрант I года обучения направления “Реклама и связь с общественностью” КНУ им.Ж.Баласагына, Бишкек, Кыргызстан.

12. Сулейменова Айгерим Дулатовна – магистрант 2 курса факультета журналистики и политологии ЕНУ им. Л.Н. Гумилева.

13. Тогайбаев Батырхан Сагимбекович – магистрант 2 курса КазУМОиМЯ им. Абылай хана (Журналистика и репортерское дело), журналист издания Форбс Казахстан.

14. Яхьярова Диляра – студентка 3 курса факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби.

## **ГЛАВА V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ**

1. Ахметжанова Ажар Токсановна – эл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Тарих, археология және этнология факультеті, Қазақстан тарихы кафедрасының доценті т.ғ.к., Алматы, Қазақстан.

2. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио, Алматы, Қазақстан.

3. Шынгысова Назгуль Турсынбаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Қазақстан.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Формирование имиджа: проблемы классификации .....	3
<i>Кутпанбаева Ж.Б.</i> Роль имиджа в позиционировании Казахстана на международной арене ....	16
<i>Tussupova A.K., Smagulova A.S., Uzbekova Zh.V., Morev N.O., Mukhitov A.Z., Izvekov V.S.</i> PR-specialists and translators – a lot in common! .....	25
<i>Хакимова Т.Х., Снабекова Ж.Х.</i> О концепции информационной безопасности Республики Казахстан .....	37

## ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

<i>Бекболатұлы Ж.</i> Қазақстандағы қоғаммен байланыс трансформациясы немесе «Берік Уәли моделі» туралы .....	45
<i>Дзялошинский И.М.</i> Витально-персоналистский подход к исследованиям медиа: основные категории .....	53
<i>Лебедева Н.А.</i> Выразительные особенности аматорского кино в условиях пандемии COVID-19.....	63
<i>Лифанова Т.Ю., Веревкин А.В.</i> Медиа- и информационная грамотность: вызовы современности.....	72
<i>Нода Л.П.</i> Зачем журналисту конкурсы?.....	79
<i>Нуридэн Р., Вельсапар Ак.</i> Шетелдік БАҚ: Швецияның масс-медиясы .....	87
<i>Тойлыбаева Г.Б., Губашева Д.Т.</i> Блогосфера және оның типологиясы .....	101
<i>Шорохов Д.П.</i> Спорт и агрессивное поведение (анализ медийного освещения конфликта Харитоновна – Яндиева) .....	111

### ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Агаркова В.В., Онкович А.Д., Онкович Г.В.</i> Бібліотечна дидактика як складник медіадидактики .....	131
<i>Ахметова Л.С.</i> Казахстанские воинские формирования и наши герои-воины в годы Великой Отечественной войны .....	148
<i>Бокшань Г.И.</i> Феминистические горизонты травелогов Софии Яблонской.....	160
<i>Гейбл-Кравц П.</i> Использование брендовых образовательных героев в качестве катализатора для усиления мотивации к обучению для детей младшего и среднего школьного возраста на примере положительных персонажей франшизы по преподаванию английского языка – EFU. ....	169
<i>Rakhmetova R., Irgebayeva N.M.</i> Psychological readiness of young people of Kazakhstan to create a family .....	175
<i>Romanenko Y., Pivovarov K., Kutashev I., Zhukova I.</i> Features of the European Union cooperation in the framework of the partnership programs for civil society development .....	192
<i>Рузин В.Д.</i> Создание нового импульса для межличностных и культурных обменов путем превращения кризисов в возможности .....	201
<i>Сарсекеева Н.К., Сейтқазы Э.А.</i> Основы этнопоэтики в теоретическом освещении .....	208
<i>Сарсекеева Н.К., Хайрушева Е.Е.</i> «Бунин – это и есть Россия, которую отделить от него нельзя...» .....	214
<i>Шайдулина Д.Р.</i> Структура личности в философии Абая .....	219

### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

<i>Abdashova P.O., Gubasheva D.T.</i> History of morning shows. The structure of the morning program in Kazakhstan and Russia .....	228
<i>Аукешева А., руководитель – Нода Л.П.</i> Мои маленькие победы .....	234
<i>Гриненко Л.В.</i> Отражение гражданской активности в новых медиа .....	238
<i>Ибрагимова С.</i>	

Socio-psychological characteristics of the journalistic reception “shocktainment” in modern journalism .....	245
<i>Иргебаева Н.М., Алимкулова М.Е.</i>	
Абайдың психологиялық, этикалық, эстетикалық ойлары .....	252
<i>Каргаполов К.С.</i>	
Инновационные стратегии современной медиапублицистики в Казахстане.....	260
<i>Куценко И.А.</i>	
Язык тоталитаризма в гуманитарной парадигме исследований .....	270
<i>Лифанов С.А.</i>	
О «новых» религиях информационного общества .....	277
<i>Осмонова К.Ш.</i>	
Кыргызстандагы жарнаманын улуттук-маданий өзгөчөлүгү .....	286
<i>Попов Д.</i>	
Анализ системы стимулирования сбыта (на примере торговых компаний Кыргызстана).....	294
<i>Рамазан А.С.</i>	
Исторический жанр в современном кинематографе в Казахстане .....	298
<i>Сулейменова А.Д.</i>	
Вопросы использования сторителлинга для доведения научной информации до ненаучной аудитории .....	305
<i>Togaibayev B.</i>	
The social effect of objective coverage of the conflict in the context of new media.....	312
<i>Яхьярова Д., руководитель – Нода Л.П.</i>	
Почему конкурсы – это всегда хорошая идея. ....	319

## ГЛАВА V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ

<i>Ахметжанова А.Т.</i>	
Құрметті Ұстазымызға тағзым (Уахит Хамзиневич Шалекенов).....	322
<i>Ахметова Л.С.</i>	
Гайнуллина Надежда Ивановна.....	326
<i>Ахметова Л.С.</i>	
Заславская Мария Борисовна.....	343
<i>Шыңғысова Н.Т.</i>	
ЮНЕСКО кафедрасының тұрақты даму мақсаттары бағытындағы қызметі .	350
Сведения об авторах .....	353

Научное издание

## **PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ**

*Сборник научных трудов*

Выпуск 20

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ**

*Ғылыми еңбектер жинағы*

20-шығарылым

*Составитель и главный редактор*

*Лайла Сейсембековна Ахметова*

Выпускающий редактор *Г. Бекбердиева*

Компьютерная верстка *А. Алдашевой*

Дизайн обложки *А. Калиевой*

**ИБ № 14170**

Подписано в печать 19.01.2021. Формат 60x84/16.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Объем 22,4 п.л. Тираж 500 экз. Заказ 403.

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»