

PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

Сборник научных трудов

Выпуск 12

Составитель и главный редактор
Л.С. Ахметова

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

Ғылыми еңбектер жинағы

12-шығарылым

Құрастырушы және бас редакторы
Л.С. Ахметова

УДК 070.378

Р 90

Составитель и главный редактор

д.и.н., профессор **Л.С. Ахметова**

Редакционная коллегия:

Акинер Ш. – профессор, доктор PhD, снс, Кембридж, Великобритания

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

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

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

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

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

Моулд Д. – профессор, Огайо, США

Окай А. – профессор, Стамбул, Турция

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

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

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

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. 12. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 262 с.

ISBN 978-601-04-2191-2

Сборник научных трудов содержит материалы о PR и СМИ в Казахстане, о теории и практике медиабизнеса, об инновационных технологиях медиамеджмента и маркетинга в журналистике. Сборник предназначен для PR-специалистов, журналистов, работников пресс-служб, студентов и магистрантов специальностей «Журналистика», «Связь с общественностью», «Издательское дело», ученых-исследователей.

УДК 070.378

ISBN 978-601-04-2191-2

© Ахметова Л.С., 2017
© КазНУ им. аль-Фараби, 2017

ГЛАВА I

PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Адилова Л. Ф.

Проблема восприятия образа Республики Казахстан в России

Республика Казахстан является не только территориальным соседом России, но и одним из наиболее близких с геополитической точки зрения и дружественных Российской Федерации стратегических партнёров с которым нас связывает многолетнее взаимовыгодное и плодотворное сотрудничество практически во всех сферах жизни наших стран.

Особое значение приобретает проблема создания и поддержания устойчивого положительного образа Республики Казахстан в СМИ России, для чего необходимо проведение не краткосрочной, фрагментарной, спонтанно-импульсивной работы, а долгосрочной, планомерно-системной деятельности, требующей своего глубокого осмысления и концептуального подхода, чёткой координации и постоянного мониторинга результатов в условиях усиления процесса глобализации. В условиях возрастания роли информации, информационных потоков и СМИ в современном мире актуальность приобретают внешнеполитические образы.

В трудах известных российских политологов дан подробный анализ общих тенденций становления и динамики образа Республики Казахстан в российских СМИ: его сущностной природы и форм проявления, трендов развития.

Внешнеполитический имидж Казахстана играет важнейшую роль в сфере международных отношений и от того, является ли он позитивным или негативным, во-многом зависит не только степень успешности проведения Республикой Казахстан внешней политики, социально-экономическое развитие страны, но и уровень доверия казахского народа к своему руководству, а также – уровень поддержки казахского руководства в России. В противном случае негативный образ страны в российских СМИ мо-

жет вполне использоваться в деструктивных политических целях казахскими (и отчасти – иными, включая российские) оппозиционными силами в качестве как аргумента критики руководства Казахстана, так и в качестве одного из действенных инструментов, опробованных западными политтехнологами на практике по свержению правящего режима и захвату власти в Казахстане. В этой связи Казахстану очень важно максимально эффективно наращивать и использовать все имеющиеся ресурсы для продвижения своего положительного образа в российских СМИ.

Образ страны, структура и динамика моделирование имиджа страны – одно из наиболее интересных и перспективных направлений развития как науки в целом, так и отдельных ее областей – культурной, социально-экономической, исторической, политической. Наверно, нет сегодня большей власти, чем власть виртуальная. Если телевидение не покажет нам какой либо сюжет, то его вроде бы как и не было. Развитие информационных технологий, приводят к перестройки всей социальной системе. Имидж страны становится в ряд стратегических важных ресурсов государства. Появляется потребность в изучении этого феномена. Большая скорость распространения информации, увеличение информационных потоков, коммуникации, приводит к трансформации самой информации и ее значению в продвижении внешнеполитических образов.

Именно поэтому с середины XX века, начинается процесс становления имиджелогии как отдельного направления, формирующегося на стыке политологии, социологии и других научных дисциплин. Сегодня осмысление имиджа переросло от формата имиджа отдельной личности, до имиджа социальных групп, государств, территорий, политических союзов, международных организаций.

Анализ формирования внешнеполитических образов представляет сложную задачу и предполагает выявление социальных, политических факторов, влияющих на конструирование картины внешнего мира.

После распада СССР в 1991 году между Республикой Казахстан и Российской Федерацией уже не как бывшими республиками Советского Союза, а как между двумя независимыми суверенными государствами на нормативно-правовом уровне

были закреплены, сложившиеся ранее, стабильные динамично развивающиеся добрососедские отношения, основанные на принципах взаимного уважения и взаимовыгодного стратегического партнёрства.

22 октября 1992 года между нашими странами были установлены дипломатические отношения. Примечательно, что «Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Российской Федерацией и Республикой Казахстан» от 25.05.1992 года был самым первым из череды аналогичных договоров между Россией и иными бывшими республиками СССР на постсоветском пространстве и стал фундаментальной нормативно-правовой базой двустороннего сотрудничества. В нём впервые Высокие Договаривающиеся Стороны (в виде Российской Федерации и Республики Казахстан) договорились, опираясь на многовековые добрососедские традиции, расширять сотрудничество и углублять связи по широкому спектру вопросов межгосударственных военно-стратегических до культурно-исторических, научно-технических и спортивно-туристических. При этом в отдельной статье (28-й) указанного Договора было зафиксировано намерение каждой из указанных Высоких Договаривающихся Сторон обеспечивать режим свободной деятельности СМИ обоих государств в рамках своего законодательства. Следует отметить, что это намерение в целом соблюдается по настоящее время без каких-либо серьёзных нарушений. И сейчас, спустя почти четверть века после распада СССР официальные и подавляющее большинство иных неофициальных российских и казахских СМИ транслируют общественному мнению обеих стран в основном положительный медийный образ соседнего государства с учётом своей т.н. «культурно-медийной» специфики восприятия. Активно в рамках межрегионального и приграничного сотрудничества государств участников СНГ развиваются различные форматы рекламно-информационных туров для ведущих российско-казахстанских туроператоров и представителей СМИ, проводятся компании населения обеих стран о различных социально-значимых событиях (например, о негативных экологических последствиях деятельности комплекса «Байконур» на основе совместных материалов, подготовленных Российской и Казахстанской Сторонами в соответствии со статьёй 4 Соглаше-

ния между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Казахстан по экологии и природопользованию на территории комплекса «Байконур» и условиях его аренды Российской Федерацией, заключённым в г. Алма-Ате 04.10.1997г.), происходящих в РФ и Республике Казахстан, а также совершенствуются меры по организации правовой защиты и созданию благоприятных условий для осуществления профессиональной деятельности российских и казахских журналистов для осуществления их профессиональной деятельности.

Вместе с тем, необходимо отметить, что первоначальный этап формирования оценки российскими СМИ образа Республики Казахстан, сложившийся в 90-х годах прошлого века был достаточно трудным, проблемными непростым. Это было обусловлено кардинальными изменениями в общественно-политической и социально-культурной жизни обоих государств, вызванных распадом СССР и достаточно сложными и порой – драматичными процессами формирования новой государственности как на территории Российской Федерации, так и на территории Республики Казахстан. В этот период основное внимание российских СМИ было привлечено к важнейшим политико-правовым, социально-экономическим и культурным событиям внутри Российской Федерации, а также к тем странам постсоветского пространства (государства Прибалтики, Грузия, Республика Молдова), где в этот период происходили драматичные события, связанные с различными враждебными, русофобскими действиями в отношении русскоязычного населения этих стран, на фоне которых Республика Казахстан подобно Республике Армения и Республике Беларусь была для отечественных СМИ некоей спокойной и практически беспроблемной «гаванью», поддерживающей и развивающей с Россией традиционно дружественные взаимовыгодные отношения. Большую, если не сказать – решающую роль сыграла позиция казахского руководства и лично Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева, который всегда отличался по – восточному мудрой, спокойной, взвешенной, доброжелательной позицией по отношению к России старался не допускать каких-либо враждебных антироссийских действий, проявлений.

И именно в этом направлении – следовании своему особому пути социально-экономического развития и создания уникально-

го, независимого внешнеполитического образа в СМИ всего мира и была основная тенденция, тренд формирования образа Республики Казахстан в медиа-пространстве российских, казахских и мировых СМИ. И в этом очень большая заслуга руководства Республики Казахстан и лично Президента Назарбаева: раньше многих иных лидеров государств бывшего СССР он разгадал пагубность только прозападного курса развития и понял преимущества многополярного мира и многовекторного пути развития, возглавляемой им Республики. Для своей страны он предложил свой, с учётом национально-культурной специфики, путь развития Республики Казахстан, где во главу угла поставлены прежде всего – национальные интересы казахского народа и его политической элиты. Именно с такой позиции Республика Казахстан стала формировать свой имидж в глазах своих собственных и российских СМИ и выстраивать отношения с партнёрами. Прежде всего СМИ отмечали усиление сотрудничества с Россией как одного из крупнейших и важнейших партнёров Республики Казахстан, в том числе путём вступления в СНГ, Таможенный союз, Евразийское экономический союз (ЕврАзЭС).

Так, для первого периода (1991 – 1994 годы, т.е. для периода становления российской и казахской государственности) было характерно ослабление внимания СМИ двух государств к различным общественно-политическим и иным социально-культурным событиям и проблемам друг друга. Этот период в обоих станах шёл интенсивный процесс поиска государственной самоидентификации, новых геополитических ориентиров, путей наиболее оптимального, с позиции интересов и целевых установок прежде всего политической элиты двух стран, пути развития как Российской Федерации, так и Республики Казахстан. Для этого периода было характерно наличие многих факторов дестабилизации, криминализации, хаотичности и анархизации в процессе формирования политико-правовой системы обоих государств.

В то же время в Республике Казахстан аналогичные процессы реформирования экономики и политической системы протекали куда более спокойно и размеренно. Хотя и тут было тоже много проблем и пока ещё не разрешённых до конца противоречий. Вместе с тем необходимо отметить, что Республика Казахстан стала первым государством СНГ, которое ещё в конце 90-х более

успешно провело реформу пенсионной системы, осуществив переход от распределительно-уравнительной системы социального обеспечения ещё фактически пассивно-иждивенческой модели советского образца к активно-накопительной прозападно – капиталистической пенсионной системе, стимулирующей население к увеличению своих пенсионных накоплений по принципу: «чем больше вложишь – тем больше получишь». СМИ по разному освещали пенсионную реформу: официальные и лояльные действующей власти отмечали необходимость повышения эффективности функционирования и так в целом достаточно хорошо функционирующей казахской пенсионной системы.

Для второго периода (с 1994 года и по настоящее время) развития российской и казахской государственности была характерна отмечаемая большинством российских и казахских СМИ тенденция пусть и порой неравномерного и местами затухающего, но постепенного развития процесса сближения между нашими странами. Предпосылки возникновения данного периода были заложены ещё в 1992 – 1993 годах, когда политическое руководство обеих стран начало постепенно осознавать необходимость тесного и плодотворного сотрудничества, преимущества совместного решения многих общих проблем в государственно-политической и социально-экономической жизни обеих стран, а также необходимость совместными усилиями противостоять внешним вызовам и потенциальным угрозам со стороны третьих стран (например, тенденции расширения блока НАТО на Восток, амбициозно-геополитическим устремлениям Турецкой Республики, различные конфликтные события на территории бывшего СССР. В 1994 – 1998 годах российско-казахские СМИ справедливо отмечали наступление своеобразного «прорыва» в развитии российско-казахских отношений, в том числе в формате двусторонних нормативно-правовых актов. Был широко освещён ещё один рабочий визит Президента Республики Казахстан в Москву в ходе которого были подписаны ещё два важнейших документа в сфере российско-казахского сотрудничества – Декларация между Российской Федерацией и Республикой Казахстан о вечной дружбе и союзничестве, ориентированном в XXI столетие (Москва, 6 июля 1998 года) и Соглашение «О разграничении дна северной части Каспийского моря в целях осуществления суве-

ренных прав на недропользование» (Москва, 6 июля 1998 года) в которых обе страны подтвердили приверженность общим принципам сотрудничества, заложенным ещё в указанном Договоре о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Российской Федерацией и Республикой Казахстан от 25 мая 1992 года, и приняли на себя обязательство всемерно учитывать законные интересы друг друга в политической, экономической, военной и других областях, в том числе в сфере регулирования порядка реализации своих суверенных прав на Каспийском море.

Таким образом, начиная с 1994 года российско-казахские СМИ справедливо отмечали всё более усиливающуюся тенденцию укрепления российско-казахских отношений, в том числе в виде создания важнейших объединений в виде Таможенного союза, Евразийского Экономического Союза (ЕврАзЭС), и некоторых других. Такие в целом добрососедские и плодотворные взаимовыгодные отношения несмотря, на все имеющиеся проблемные и рискованные моменты (на более подробном анализе которых мы остановимся позднее), характеризуются в целом положительной имиджевой динамики.

История включает в себя оценки ключевых событий прошлого, основные подходы к изучению понятий и терминов, событий и персоналий и сопровождается перечнем «трудных вопросов истории», которые вызывают дискуссии в обществе. В соответствии с общетеоретическими основами важно сбалансированно показать национальную политику государства, избегая стереотипов.

Сильное внимание уделяется формированию национального имиджа территорий государств. Возрастает потребность исследований механизмов имиджа в мировом пространстве.

Литература

- 1 «О Заявлении Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации «В связи с нарушением общепризнанных норм международного права в отношении граждан Российской Федерации и российских соотечественников в Республике Казахстан // Постановление ГД ФС РФ от 17.11.1995г. N 1338-1 ГД // СПС Консультант +.
- 2 Рудов Г. А. Ислам в Центральной Азии: масштабы и перспективы влияния // Научно-аналитический журнал Обозреватель. 2014. № 6 (293).

- 3 Социальная справедливость глазами молодежи // Аналитическая группа «Кипр», 04.12.2014 [Электронный ресурс] URL:<http://newsvideo.su/video/1409715> (дата обращения 02.12.2016)
- 4 Султан-Хан Аккулы Шушкевич хвалит «восточную мудрость» Назарбаева в дни развала СССР. [Электронный ресурс] URL:http://rus.azattyq.org/a/stanislav_shushkevich_nazarbayev_/24299934.html (дата обращения: 01.12.2016).
- 5 Lectures on the French Revolution / Foreword by Stephen J. Tonsor. – Indianapolis: Liberty Fund, 1960. – 350 p.

Аннотация: статья посвящена проблеме создания и поддержания устойчивого образа Казахстана в России как стратегически важного партнера. Особое внимание уделяется СМИ как каналу продвижения имиджа Казахстана. Негативно окрашенная информация препятствует выстраиванию положительного имиджа страны, влияющего на восприятие и отношение к стране внутри нее и за ее пределами.

Ключевые слова: образ, политический имидж страны, СМИ, информация, коммуникация, информационные технологии, моделирование, продвижение имиджа, имиджмейкинг, имиджелогия.

Шыңғысова Н.Т.

Кәсіби маман даярлаудағы жұмыс берушінің рөлі

Жұмыс берушілердің тапсырысы бойынша маман дайындау мәселесі туралы сөз қозғамас бұрын, жалпы нарықтық қатынастың қыр-сырын, ерекшеліктері мен заңдылықтарын меңгерген абзал. Себебі, нарықта біз жайшылықта мән бере бермейтін ұсақ-түйектің өзі үлкен рөл атқарады. Сондай-ақ, нарық заңында барлығы сұраныс және ұсынысқа тікелей тәуелді екенін де ұмытпауымыз керек. Осы жерде, басты тақырыпқа оралсақ, бірінші кезекте жұмыс берушінің тапсырысы дегенге тоқталу қажет. Тапсырыс – бұл сұраныстың өзі. Басқаша айтқанда, белгілі бір қажеттіліктен туындап отырған дүние. Ал, маман дайындау ісін ұсыныспен байланыстыруға болады.

Студенттерді кәсіби даярлау болашақта түлектердің еңбек нарығында сұранысқа ие болуына ықпал етеді. Осы орайда оқу үдерісінде бірнеше бағыттар бойынша іс-шаралар жүзеге асырылуда. Оның ең бастысы оқу-өндірістік, кәсіби тәжірибені ірі мекемелер мен өндіріс орындарында өткізу, жұмыс берушілерді білім беру үдерісіне қатыстыру, шеберлік сыныптарын ұйымдастыру. Практик-мамандар өз дәрістерінде жұмысқа орналастыру бойынша да мәліметтер береді.

Еліміз тәуелсіздік алған алғашқы жылдары «Алдымен экономика, сосын саясат» ұстанымымен нарықтық экономикаға көшті. Осылайша, бүгінде Қазақстан әлемдік экономиканың бір бөлшегіне айналып отыр. Мемлекетаралық сауда айналымы, бәсекелестік, жаһандану терминдері өмірімізге дендеп енді. Есесіне, қазіргі уақытта жұмыс берушінің тапсырысы бойынша маман дайындау мәселесі күн тәртібіне шығып отыр. Еңбек нарығына сай маман дайындау ісі саяси мәнге ие деуге болады. Бір қарағанда, бұл шаруамен ҚР Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі айналысып жатқанға ұқсайды. Елдегі жұмыссыздықты жою, қайта даярлау, еңбекпен қамту бағытында қабылданып жатқан бағдарламалар мен шаралар да аз емес. Әр өңірде дәл

осы мәселелерді мойнына алған мекемелер де баршылық. Олар жұмыс берушілермен тығыз байланыс орнатып, дәл соларға керекті мамандарды дайындауға күш салуда. Қалай десек те, жұмыс берушінің тапсырысы бойынша мамандайындаудағыбасты қағида – жан-жақты сұранысқа сай болу. Әрине, бірінші кезекте ол уақыттың сұранысына лайықты болуы шарт. Мәселен, БАҚ саласы. XV ғасырда – кітап, XVI – газет, XVII ғасырда журнал жарыққа шықты. XX ғасырда радио мен телевизияның пайда болуы ақпарат саласының пәрменін арттырса, ал, XXI ғасырда ғаламторжоғарыдағы ақпарат құралдарын бір арнаға тоғыстырып отыр. Осылайша, БАҚ дамудың жаңа сатысына көтерілді. Жаңа медиаға жол ашылды. Ақпаратты қас-қағым сәтте әлемнің түкпір-түкпіріне тарату мүмкіндігі артты. Осыған сай, ағылған ақпараттардың анталаған жаңа тұтынушылары пайда болды. Сәйкесінше, масс-медиа бүгінгі қоғамнан өзіне лайықты орнын алды. Алайда, интернет түгелдей БАҚ бола алмайды. Өйткені, онда қалың бұқараға емес, шектеулі адамдар тобына ғана арналған сайттар да бар. Осыған орай, интернет ұғымына байланысты екі түрлі көзқарас қалыптасуда: біріншіден, барлық желілік кеңістікті біртұтас бұқаралық ақпарат құралдары деп қарауға болса, екіншіден, бұқаралық ақпарат құралдары, дүкен, кітапхана сияқты нысандармен қатар көрініс тапқан бөлек виртуалды кеңістік ретінде қарастыруға болады.

Негізгі тақырыпты тереңнен қаузап, жақыннан көретін болсақ, қазіргі масс-медиадың сұранысы да өзгеше. Ал, осы медиадың бас маманы журналистер қауымы десек, бүгінгі журналистерге қойылатын талап та басқаша. Дәстүрлі БАҚ-та қаламы ұшқыр, озық ойлы тілшілерге қашанда сұраныс жоғары болса, бүгінгі тілшілерге бұл аз аздық етеді. Халықаралық қатынас тілдерін меңгеріп, заманауи техникалардан да хабары болуы, кез келген салаға қалам тартарлықтай біліктілігі, қауқары болуы шарт. Түптеп келгенде, мұның барлығы заман талабы, уақыт сұранысы. Қала берді жұмыс беруші тараптың талабы. Әлемдік бәсекеде әмбебап тілшілердің бәсі жоғары.

Жоғарыда тоқталғанымыздай, нарық сұраныс пен ұсыныстан тұрады. Бұл қағида еңбек нарығының да ажырамас бөлігі. Жұмыс берушілер белгілі бір маманды оқытуға тапсырыс бермес бұрын, өздерінің нені қалайтынын, яғни, сұранысын нақтылап алуы ке-

рек. Бұл ақпарат саласына да қатысты. Мәселен, кейінгі жылдары салалық журналистерге деген сұраныс артқан. Атап айтқанда, құқықтық, экономикалық, банк жүйесін, қоғаммен байланыс (PR) т.б салалардың ақпарат айдынында еркін жүзе алмауы, осы салаларды бір кісідей білетін қалам иелерінің қатарының аздығы жиі айтылып жүр. Бұл талаптарға сай журналистердің жоқтығы, тілшінің ғана кемшілігі емес. Ол сол маманды дайындайтын оқу орындарының олқылығы. Сондықтан, оқу орындарына жаңа сұранысқа сай маман дайындау ісіне шындап көңіл бөлуі, тұтастай оқу базасына, дәстүріне өзгеріс енгізуі керек. Тіпті, бүгінгі оқыту жүйесінің ескіргені сонша, теория мен практика арасындағы айырмашылық уақыт өлшемімен есептегенде кемі ширек ғасыр кейін қалған. Сондықтан, жұмыс берушілердің тапсырысына сай маман даярлау ісінде теория мен тәжірбиені ұштастыруды ұйымдастыру, ғылым мен техниканың жетістігін пайдаға асыру қажет-ақ. Осы ретте оқу бағдарламаларын қайта қарап, сәйкесінше оқулықтарды жаңарту да артықтық етпейді. Бүгін ақпарат ағыны интернетке ойысты. Интернеттің пайда болуына қарай журналистиканың өзіне тән жаңа формасы дүниеге келді. Академик Ғ.Есімнің: «...біздің өмір сүріп жатқан қоғамымыздың мазмұнын анықтайтын фактор – ақпарат. Оны біз ақпараттық қоғам деп жүрміз. Бүкіл әлем бір сәтте үйіңізге сыйып кетеді. Интернет, электрондық пошта жүйесі, жетілген коммуникация әлемді тұтастырып барады. Бұрынғыдай әр елдің «сырын» сақтауы мүмкін емес. Ел ішіндегі оқиға күні ертең әлем тілдеріндегі басылым беттерінде жария етілмек. Мұның бәрі қазақстандықтардың ой-өрісіне, сезім-санасына, мінезіне, тұрмысына сапалы өзгерістер енгізуде», – деген пікірі интернеттің зор мүмкіндігін ғана паш етіп тұрған жоқ, бұл осы салаға сай мамандарға деген сұраныстың өсекеңдігінен хабар береді. Интернет – журналистика, дәстүрлі журналистика ағымына айтарлықтай өзгеріс алып келді. Яғни, біз бүгін БАҚ саласына маман дайындау ісіне түбегейлі реформа жасамасақ, ертең түлектеріміздің жұмыссыз қалуы ғажап емес.

2006-2009 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының ақпарат нарығының бәсекеге қабілеттілігін дамыту жөніндегі тұжырымдама жалғасын табуы керек. Журналистика үздіксіз ізденісті қажет ететін маманның қатарында. Сондықтан, көпте-

ген журналистер қосымша мамандық алуға мәжбүр. Мысалы, заң саласын сауатты жазатын тілші болғысы келетіндер заңгер мамандығын қосымша оқып, өздерінше сұранысқа сай болуға талпынып жүр. Әрине, бұл үрдіс қуантады. Алайда, бүгінгі уақыт қысқан заманда кез келген адамның мамандық қуып жүруге мүмкіндігі бола бермейді.

Қазіргі таңда қоғаммен байланыс мамандарын даярлауға байланысты іс-шаралар жүзеге асырылуда. PR коммуникацияны да, басшылыққа кеңес беру функциясын да қамтиды. Болашақта стратегиялық ойлай алатын, болашақты болжап отыратын, өз деңгейінде кеңес беретін маман болуы тиіс. Әлеуметтік жауапкершілікті, қоғамдық мүддені де ұмытпауы тиіс. Сондықтан, қоғаммен байланыс мамандарын кешенді түрде дайындау қажет. Мәселен, қазіргі оқу жоспарында «Мемлекеттік басқару және бизнес саласындағы қоғаммен байланыс қызметі», «Дағдарыс PR-ы», «PR жанрлары», «PR-жобаларды ұйымдастыру, басқару», «PR-дағы компьютерлік және телекоммуникациялық технологиялар», «Жобаның бизнес-жоспарын құру», «Бәсекеге қабілетті PR-өнімдер өндіру технологиялары», «Бұқаралық коммуникация мен қоғаммен байланыстың заманауи технологиялары», «Имиджеология», «Ішкі PR», «PR-дағы консалтинг», «Елдік брендинг және халықаралық PR», «Қазіргі баспасөз қызметі», «Бизнес-корпорация PR-бөлімінің жұмысын ұйымдастыру» т.б. пәндер оқытылады. ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасының таңдау бойынша элективті пәндері жұмыс берушілермен біріге отырып жасалады. Мәселен, элективті пәндер каталогын дайындау барысында ҚР ҚБҰА, PR-шы клубы сияқты бірнеше мекемелерге, қазақтандық PR-практиктерге Қазақстанның PR нарығына қандай мамандар қажет, олардың бойына қандай күзiреттiлiктер қалыптастыруымыз керек деген мәтінде сұраныс-хаттар жолданды. Себебі, кәсіби стандарт жасауда жұмыс берушілердің пікірін ескеру қажет.

PR мамандарын оқыту барысында іргелі даярлық, коммуникацияның теориясы мен практикасы бойынша терең, сапалы білім беру, ағылшын тілін жете меңгерту, жаңа коммуникациялық-ақпараттық технологияларды игеруге машықтандыру жүзеге асырылып отыр.

Кафедра кәсіби мамандарды – медиа нарығына, мемлекеттік, саяси, әлеуметтік және бизнес құрылымдарға қазіргі заманғы тех-

нологияларды меңгеріп, күзіреттер мен тәжірибелік дағдыларды игерген, бүгінгі еңбек нарығында сұранысқа ие халықаралық журналистерді, PR-менеджерлерді, имиджмейкерлерді, продюсерлерді, баспасөз хатшыларын даярлауды мақсат етеді. Әлемдік стандарттарға, заманауи зияткерлік талаптарға сай кадр әлеуетін қалыптастыруды көздейді. Білім алушылар өз саласында теориялық білім алумен ғана шектелмей, болашақта тиімді карьера жасауға қажетті қосымша күзіреттіліктерге ие болуы керек.

Қоғаммен байланыс пәнінің күзіреттіліктерін қалыптастыруда өзге де салаларды қамту қажет. Журналистика соның бастыларының бірі. PR-маманы жаңа медианы өз деңгейінде игеруі, БАҚ өкілдерімен тиімді байланыс орната білуі, баспасөзге арналған материалдарды жаза білуі қажет. PR-маманының кәсіби күзіреті – коммуникативтілік, креативтілік, шығармашылық көзқарас, жазу қабілеті, іскерлік қарым-қатынас, сөйлеу мәдениеті, шешендік өнер, көпшілікпен тез тіл табысу, идеяларды тәжірибе жүзінде жүзеге асыру екендігі мамандыққа талапкерлерді шығармашылық байқау арқылы қабылдау жөніндегі шешім өте дұрыс.

Бітіруші түлектердің нарықта сұранысқа ие маман болып қалыптасуы аса маңызды. Осы орайда университет жыл сайын жұмыс беруші компаниялардың бос орындарға жәрмеңесін ұйымдастыруды қолға алып келеді.

Ашық онлайн курстар ұйымдастыру, қашықтықтан білім беру жүйесін жетілдіру ісі де қолға алынуда. «Халықаралық журналистика» мамандығы бойынша ағылшын тобы ашылып, сабақтар ағылшын тілінде жүреді.

Жұмыс берушілердің тапсырысы бойынша мамандар даярлау жұмыссыздықты азайтып, экономиканы дамытуға ықпал етері даусыз.

Жұмыс берушілердің тапсырысына сай маман дайындау барысында тағы бір ескерерлік жәйт, оқытушылардың біліктілік деңгейі. Білікті маман дайындау үшін, оның ұстазы мықты болуы шарт.

Қазіргі таңда жұмыс берушілердің түлектерді сапалы дайындауға талабы жоғары. Жұмыс берушілер де өз кезегінде жұмыспен қамтуға кепілдік беруі тиіс.

Великая Н.М.

Взаимодействия власти и местных сообществ в малых и средних городах России: парадоксы и пробелы местного PR¹

Местное самоуправление (далее МСУ) в России долгие годы остается предметом изучения самых разных отраслей знаний: от теории государственного управления до социологии. При этом на уровне политической практики единых подходов в отношении этого института так и не выработано. Это обусловлено тем, что в такой гетерогенной стране как Россия, затруднительно выбрать оптимальную модель МСУ, позволяющей, с одной стороны, сохранить управляемость территорий и обеспечить высокое качество жизни и высокий уровень предоставляемых услуг, а с другой, обеспечить реализацию прав граждан на местное самоуправление.

В настоящее время в России близится к завершению уже четвертая муниципальная реформа, которая неоднозначно оценивается экспертами и специалистами практиками, работающими в системе МСУ. Ход этой реформы сопровождается неухающими дискуссиями о необходимости оптимизации взаимодействия общественных организаций, активных групп граждан и местного самоуправления, о преодолении существующего барьера между гражданским обществом и органами власти разных уровней.

В этой связи организация эффективной работы по связям с общественностью становится актуальнейшей задачей, как в плане достижения общественного согласия, так и в плане

Фокус нашего исследования – малые и средние города России, малые городские поселения (численность от 50 до 100 тыс.

¹ Статья написана по материалам исследования «Реформа местного самоуправления: качество власти и качество жизни в малых и средних городах России» в рамках гранта Президента Российской Федерации от 17.01.2014 № 11-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ.

жителей) составляют основу структуры городского расселения в Российской Федерации. Сегодня в стране насчитывается 790 малых городов и 155 средних. В этой категории городских поселений проживают 27 млн. человек (16,2 в малых и 10,8 – в средних)².

Целью комплексного социологического исследования «Реформа местного самоуправления: качество власти и качество жизни в малых и средних городах России» было выявление моделей взаимоотношений институтов местного самоуправления с институтами гражданского общества, способствующих повышению качества жизни населения. Анализ проводился с учетом организационных моделей МСУ, социально-экономических показателей развития территории, особенностей культурной и информационной политики.

Проект реализовывался с января по сентябрь 2015 года и включал в себя три дополняющих друг друга (количественных и качественных) исследований: *кабинетное исследование, контент-анализа СМИ, экспертные интервью*. География исследования охватывала малые и средние города из всех федеральных округов Российской Федерации³.

В настоящей статье мы обратим внимание на специфику коммуникаций между органами местной власти и обществом, на взаимодействия институтов МСУ с некоммерческим сектором, институтами гражданского общества.

² Численность постоянного населения на 1 января 2015 года. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: <http://www.gks.ru/opensdata/dataset/7708234640-ca-08-002>, (дата обращения 18.08.2015).

³ Белогорск (Амурская область), Каргополь (Архангельская область), Тотьма (Вологодская область), Шуя (Ивановская область), Усть-Илимск (Иркутская область), Советск (Калининградская область), Елец (Липецкая область), Великие Луки (Псковская область), Новошахтинск (Ростовская область), Сасово (Рязанская область), Балашов (Саратовская область), Новоуральск (Свердловская область), Конаково (Тверская область), Коркино (Челябинская область), Нерчинск (Забайкальский край), Читинская область), Переславль-Залесский (Ярославская область), Железногорск (Красноярский край), Лысьва (Пермский край), Находка (Приморский край), Пятигорск (Ставропольский край), Северобайкальск (республика Бурятия), Дербент (республика Дагестан), Майский (республика Кабардино-Балкария), Воркута (республика Коми), Керчь (республика Крым), Елабуга (республика Татарстан).

Малые и средние российские города довольно сильно различаются между собой, в зависимости от социально-экономических условий, сложившихся в конкретном регионе. Однако общей характерной чертой для всех этих поселений можно считать недостаточный уровень бюджетной обеспеченности органов местной власти, невысокий уровень качества жизни, низкий уровень социальной мобильности населения.

Часто о малых и средних городах говорят, в соответствии с укоренившимися стереотипами, как о местах, где победили инертность населения, безынициативность властей и отсутствие карьерных перспектив для активных граждан⁴. Квинтэссенцией негативных представлений о провинции стал городок в картине Андрея Звягинцева «Левиафан», вызывающий ассоциации со средневековыми образами ада. Между тем, реальное положение дел в российской провинции сильно отличается от этих стереотипных представлений. Малые и средние города имеют собственную оригинальную социальную структуру, которая обеспечивает устойчивость подобных поселений. Более внимательный анализ позволяет увидеть вполне сложившиеся сообщества, оказывающие влияние и на культурную жизнь территории, и на процесс принятия определенных политических решений на основе вполне сформулированных социальных требований, предъявляемых местным властям.

В отличие от крупных и столичных городов России, где конфликт интересов между местной властью и местным сообществом стал обычной практикой, в малых и средних поселениях локальные сообщества часто ориентированы на поддержку местных администраций. Более того, за редкими исключениями именно местная власть выступает «мотором» всей социальной активности в городе, придумывая и организуя культурный досуг горожан, стимулируя экономическую жизнедеятельность в сфере своей ответственности. Тем не менее, существенную роль в социальной жизни поселения играют местные сообщества, даже в тех случаях, когда власть предпочитает их не замечать.

Типологически локальные сообщества делятся на три услов-

⁴ Культурный ландшафт современной российской провинции. Ключ-С.-М., 2014. – С. 14-16.

ные группы. В первую и самую многочисленную группу входят общественные организации местного значения и филиалы федеральных объединений: от ветеранских структур до спортивных и досуговых клубов. Как правило, эти организации и неформальные коллективы формируются вокруг «ядра» – конкретной общественной структуры, поддерживающей рабочие контакты с местными органами самоуправления. Особую роль в данном типе сообществ играют «культурные кластеры» – группы и объединения горожан вокруг музеев и образовательных учреждений. Такие «кластеры» становятся естественными центрами «притяжения» активных и творчески ориентированных горожан.

Вторую группу составляют неформальные объединения по интересам. В отличие от первой категории, эти общественные объединения формируются вокруг конкретных активистов и просто известных горожан. Подобные сообщества заняты культурно-просветительской деятельностью и защитой социальных прав граждан. В редких случаях они проводят совместные акции с профсоюзами и филиалами федеральных политических партий. Но, в основном, стараются сохранять независимость и дистанцируются от тесного взаимодействия с властью и другими общественными организациями. В ситуациях открытого конфликта части горожан с властью, представители этих сообществ выступают в качестве наиболее организованной группы и готовы к политическим действиям. При их участии стихийное недовольство толпы перерастает в классический социальный протест против неэффективной политики власти или конкретных городских чиновников.

Наконец, третья группа охватывает сообщества, образуемые спонтанно, как реакция общественности на ту или иную острую проблему в городе. Несмотря на то, что сюда включены различные протестные активистские коллективы, само это сообщество нельзя называть протестным в классическом смысле. Отсутствие четкой структуры предполагает их временный характер и быстрое затухание активности. Однако, в зависимости от продолжительности конфликта сообщество может действовать и даже развиваться в более организованную группу.

Локальные группы в российской провинции не имеют устойчивой структуры и не образуют гражданского общества в класси-

ческом понимании этого термина. Скорее, их можно охарактеризовать, как временные коллективы, создаваемые на эмоциональной основе, в результате реакции на внешние социально-экономические и бытовые проблемы.

Участники могут переходить из одного сообщества к другому и присоединяться к различным протестным группам. Даже чиновники, местные политики и журналисты могут присоединяться или организовывать протестные группы. Эти сообщества не столько решают задачу давления на власть, а стремятся донести до руководства поселения свою озабоченность. Основная их цель – добиться справедливости в широком смысле этого слова. В целом, структура и функционал подобных организаций являются наследием советской эпохи. Поэтому, совсем не удивительно, что дискурс данных сообществ довольно архаичен; в нем много образов и речевых штампов, типичных для бюрократического языка позднего СССР.

Довольно влиятельны в малых городских поселениях журналисты, работающие в местных СМИ, эксперты (социологи, юристы и работники политических департаментов городских администраций), сообщества предпринимателей.

Структуры местного самоуправления, хотя и не являются прямыми наследниками советской системы власти, не воспринимаются горожанами как полноценная власть, представляющая их собственные интересы. Фактически МСУ больше ориентировано на исполнительную власть в регионе, чем на сотрудничество с локальными сообществами. Бюджетные ограничения органов МСУ и дефицит реальных полномочий у депутатов усугубляют процесс отчуждения горожан от местного самоуправления. Как результат, местное самоуправление постепенно превращается в декоративный фасад исполнительной власти в поселениях.

Отдельная тема – недоверие к низовой инициативе со стороны советских управленцев, что приводит к парадоксальной ситуации, когда, с одной стороны, активность граждан всячески поощряется и признается властью, а с другой, эти сообщества предоставлены сами себе и вынуждены действовать в «серой» зоне современного общества. Федеральные СМИ и власть их словно не замечают; официально в процессе принятия полити-

чески значимых решений локальные сообщества не участвуют; система организации власти и самоуправления обходится без них. В какой-то степени, локальные сообщества можно уподобить садоводческим товариществам, которые, также пребывают в тени реальной системы управления страной. Их статус зыбок и не определен; они признаются на словах основой самоуправления, но в политическом смысле рассматриваются не как субъект власти, а как публика, которую информируют о событиях и решениях, которые осуществляет местная администрация.

Представители местного самоуправления нечасто привлекают активистов локальных сообществ к обсуждению текущих злободневных вопросов, будь то инфраструктурные проблемы или обычные хозяйственные конфликты. Здесь сказывается дефицит опыта конструктивного взаимодействия с общественностью и определенное недоверие к публичной сфере как таковой.

Впрочем, когда случаются открытые конфликты, как, например, противостояние жителей и крупного промышленного предприятия в Коркино вокруг экологической темы, тогда местные депутаты принимают участие в сходах горожан и выражают солидарность с их требованиями. Но это редкие моменты совпадения интересов. Практически в большинстве ситуаций выборные органы местного самоуправления поддерживают позицию исполнительной власти города, района и области.

Еще одной важной характеристикой, типичной для большинства исследуемых поселений, является текучесть трудовых ресурсов. Молодые и энергичные горожане стремятся уехать из родных мест в областные центры или в столицу в поисках занятости и в целях самореализации. На местах они не видят возможности применить свои способности и получить желаемый доход. В результате оттока молодежи в городах российской глубинки наиболее активной социально-демографической группой можно считать пенсионеров. Эта категория граждан вступает в тесное взаимодействие с местными администрациями и участвует в большинстве культурных, военно-патриотических и, отчасти, политических мероприятиях, организуемых соответствующими подразделениями городской власти.

Другой группой, заинтересованной в контактах с городскими властями, является местное бизнес-сообщество. Предпринимате-

ли не составляют значимой в демографическом отношении категории горожан, их социальная активность тоже не велика, но сам факт конструктивного взаимодействия между бизнесом и городскими властями следует рассматривать, как важный показатель социальной стабильности в конкретном поселении.

Конфликты и отсутствие взаимопонимания между предпринимателями и городской властью свидетельствуют об экономическом и социально-политическом неблагополучии в регионе. Как правило, критический настрой бизнеса в отношении администрации и местных органов самоуправления совпадает с настроениями и недовольством других городских сообществ. В этих случаях уместно говорить о хроническом кризисе в управлении городом.

Поводом для открытого недовольства горожан, чаще всего, являются слухи или факты коррупционных решений руководства города. Протесты начинаются тогда, когда недоверие местным администрациям усиливается ощущением снижения качества жизни горожан. Рост цен, трудности с расселением жителей ветхих квартир, долгострой, некачественная работа строительных подрядных организаций, транспортный дефицит – вот, перечень типичных социальных «раздражителей» в кризисных обстоятельствах.

В отдельных случаях, там, где на территории присутствуют крупные производства, как в городе Коркино, конфликты приобретают экологическую окраску: жители озабочены варварскими методами эксплуатации природных ресурсов и угрозой собственному здоровью. Иногда конфликт дополняется страхами горожан за физическую безопасность, в связи с ростом хулиганства и этнической преступности.

Говоря о типичных конфликтах в малых и средних поселениях, нельзя не отметить и роль местных СМИ, которые составляют немногочисленную, но активную и влиятельную группу среди прочих городских сообществ. В целом, можно сделать вывод о достаточно сильном влиянии медиа на социальные представления жителей малых и средних городов.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Телевидение – первый по популярности источник получения информации о событиях в стране. За ним сле-

дует Интернет. По телевидению предпочитают узнавать новости 60% респондентов, из Сети – 23%. Остальные виды СМИ востребованы куда меньше: так, из газет узнают новости 7% опрошенных – в 1991 году этот источник информации занимал второе место после телевидения (31%). Радио предпочитают в качестве основного источника информации 5%. Разговоры с людьми по сравнению со СМИ – наименее востребованный источник новостей (4%).

По уровню доверия конкурентов у телевидения нет: ему доверяет подавляющее большинство граждан старше 45 лет. Нет сомнения, что именно электронные СМИ оказывают решающее воздействие на формирование политических установок горожан.

Среди молодых людей значительным доверием пользуются Интернет-ресурсы.

Местные администрации стараются использовать этот формат в своей деятельности. Но далеко не везде Интернет-страницы городских администраций и местных СМИ являются надежными источниками информирования граждан о текущих делах в МСУ и о потенциальных конфликтах в регионе. Часто подобные странички заводятся исключительно формально, чтобы было, что предъявить инстанциям «сверху».

Если пытаться рассмотреть использование Интернет-ресурсов более подробно, то увидим, что в большинстве МСУ из нашей выборки два параметра – **электронное правительство и виртуальная приемная** – присутствуют во всех городах. Исключением является Сасовская администрация, которая не открыла виртуальную приемную для рассмотрения обращений горожан.

Страница для он-лайн голосования по актуальным для региона проблемам поддерживается только 9-тью администрациями из 26-ти. Дело здесь не в сознательном отказе от введения новых технологий изучения общественного мнения. Скорее, активисты местного самоуправления и сотрудники городских исполнительных органов власти не видят практической пользы в применении такого метода коммуникации с гражданами. До сих пор в регионах среди политиков и управленцев распространено мнение об ограниченности влияния Интернета на население. Этот стереотип, возможно, служит препятствием для более широкого ис-

пользования новых информационных технологий в российской провинции.

Регулярные Интернет-опросы горожан проводятся в 13 регионах из нашего исследования. В большинстве случаев подобные опросы организуются по распоряжению глав МСУ в целях тестирования общественного мнения на предмет удовлетворенности работой конкретных чиновников в городских органах власти.

Практически во всех администрациях налажена работа по оказанию консалтинговых услуг населению. Речь идет о текущих обращениях горожан по вопросам пенсий, социальных выплат и жилищных споров. Отдельную категорию тех, кто пользуется данной услугой составляют предприниматели, которым требуются разъяснения тех или иных решений, принимаемых местной властью. Например, в Ельце местные фермеры выражали недовольство ликвидацией мест для проведения ярмарок выходного дня. Благодаря Интернет-консультации было найдено компромиссное решение по этой проблеме.

Что касается движения в сторону большей открытости местных властей, то показателем некоторых позитивных изменений можно считать публикации бюджетных расходов: как текущих, так и плановых. Еще 10-15 лет назад бюджетная политика в регионах была совершенно не известна обычному горожанину. Однако в ряде городов – Балашов, Коркино, Дербент – бюджеты до сих пор не открыты для населения. Причиной является высокий уровень недоверия горожан деятельностью местных властей. В этих поселениях чаще всего звучат обвинения чиновников в коррупции и неэффективном управлении региональной экономикой.

Неконтролируемая самодеятельная активность граждан вызывает сильный страх у чиновников в России. В связи с этим не удивительно, что **тема референдума на местном уровне** практически не представлена на страницах Интернет-ресурсов. Только в двух случаях – Елабуга и Балашов – о теоретической возможности проведения локальных референдумов есть информация в сети. При этом, в Елабуге это скорее дань моде, некий демократический жест со стороны успешной администрации, пользующейся поддержкой населения. Очевидно, что горожане не планируют никаких подобных форм волеизъявления, а местные депутаты

находятся в «симбиозе» с руководством города и республиканскими властями. Им тоже не нужен референдум.

В Балашове местные оппозиционеры издавна пугают городских чиновников референдумом по выходу поселения из состава Саратовской области и присоединению к Воронежской. Время от времени тема референдума всплывает в городских СМИ. На странице портала городской администрации рубрика «Референдум» присутствует. Но реальность проведения подобного мероприятия крайне призрачна.

Другие города «замолчали» этот вопрос; в контексте повседневных управленческих забот, столь отвлеченные демократические процедуры не волнуют ни чиновников, ни представителей выборных органов местного самоуправления.

Не наблюдается активности представителей местных самоуправлений и в социальных сетях. Иногда отдельные руководители и городские депутаты заводят собственные странички в «одноклассниках» или в «фейсбуке». Но систематической работы по освещению деятельности местной власти не ведется. С другой стороны, внедрение новых информационных технологий становится важным условием функционирования всей системы местного самоуправления.

Несмотря на инерцию и консерватизм городских властей в отношении информационных технологий, граждане получают доступ к информации, что способствует выстраиванию горизонтальных связей между властью и локальными сообществами.

Виртуальная Интернет среда начинает приобретать не меньшее значение для поддержания диалога граждан и власти, чем регулярные встречи руководителей городов и регионов с населением. Сочетание традиционных встреч власти с гражданами с виртуальным общением укрепляет позитивную легитимность муниципальных структур в РФ.

Следует отметить, что и качество власти меняется в лучшую сторону под влиянием общественной критики. В тех регионах, где критика не достигает властных кабинетов или вытеснена из информационной повестки муниципальной политики доверие к власти, как местной, так и региональной падает, а протестные настроения среди населения нарастают.

Очевидно, что те руководители и депутаты, которые отдают себе отчет в необходимости получения обратной связи от локаль-

ных групп граждан существенно укрепили свои позиции в общественном мнении региона. Отсутствие возможности для рядового гражданина получить квалифицированный ответ на свой запрос в муниципальном учреждении способствует на формирование негативного образа власти.

Эффективность системы получения обратной связи обусловлена скоростью реагирования на общественный запрос. Здесь новые информационные технологии могут рассматриваться, как важнейший ресурс по обеспечению эффективного функционирования местного самоуправления.

Регулярный мониторинг отношения горожан к чиновникам местных администраций и муниципальным депутатам стимулирует власть к большей активности и оказывает позитивное влияние на качество принимаемых решений.

К преимуществам использования новых информационных технологий можно отнести и тот факт, что информация, предоставляемая муниципальными органами власти становится, по отзывам многих экспертов, более разнообразной, оперативной, прозрачной и доступной.

Недостаточное внимание к этим реалиям информационной эпохи со стороны руководителей МСУ означает, что руководство действует по старинке, принимая важные решения, касающиеся социального благополучия горожан, без разъяснения своей позиции и без публичного общественного обсуждения. Многими локальными сообществами такой подход воспринимается, как административный произвол и вызывает взрывной рост недовольства и протестных настроений.

Подобные примеры из нашей выборки городов позволяют сделать вывод о целесообразности выстраивать коммуникацию с населением таким образом, чтобы иметь возможность действовать на опережение. Своевременное информационное реагирование руководителей МСУ на общественный протест позволит купировать острый конфликт в начальной фазе. В противном случае недовольство, которое копится годами перерастает в затяжное хроническое противостояние части местных сообществ с городской властью, как в Пятигорске или Балашове.

Предотвращение кризисных ситуаций лежит на плечах информационных служб муниципальных структур.

В федеральном законе «Об общих принципах организации местного самоуправления» содержится норма, предусматривающая повышение информационной открытости исполнительно-распорядительных органов. Здесь речь идет о совершенствовании информационной политики в целом, и о развитии информационных ресурсов властных структур на местах, в частности.

В нашем исследовании практически во всех городских поселениях официальные сайты местных администраций отличаются разнообразием и качеством контента. А вот городские печатные СМИ, даже в достаточно крупных городах, не всегда имеют собственные страницы в сети. К сожалению, доступ к архивным материалам, в этих случаях, крайне затруднен или невозможен вообще.

В отличие от сайтов областных администраций Интернет-страницы городских поселений обновляются не столь часто. Тем не менее, опция обратной связи с горожанами функционирует в ежедневном режиме.

Несмотря на очевидные успехи в развитии информационно-коммуникативных технологий в российских регионах большого интереса к местному контенту со стороны областных и федеральных СМИ не обнаруживается. На этот факт указывает отсутствие гиперссылок на городские сайты с внешних ресурсов.

Невнимание к провинции со стороны «больших» СМИ можно объяснить, как дефицитом острых, актуальных событий в малых и средних русских городах, так и культурными предрассудками в отношении провинциальной жизни, которые распространены среди столичных и региональных журналистов.

Следует заметить, что и местная пресса практически не освещает деятельность локальных сообществ, предпочитая касаться тем федерального и международного уровня.

Поскольку во многих малых городах Интернет по-прежнему недостаточно развит (а в деревнях и селах вообще отсутствует), печатные СМИ остаются единственными источниками официальной информации.

Фонд развития информационной политики (ФРИП) в рамках проведения семинара-практикума «Эффективные модели местной прессы» провел мониторинг информационной политики,

касающийся развития этого сегмента СМИ, в 42 субъектах Российской Федерации всех семи федеральных округов. В результате были выявлены основные формы экономического взаимодействия региональной власти с редакциями областных и муниципальных газет:

1. Прямое финансирование из регионального бюджета (в случае если редакции газет существуют в форме бюджетных учреждений).

2. Государственный заказ на информационное обслуживание (государственные контракты), когда заключаются договоры на информационное обслуживание деятельности органов государственной власти; информационные услуги по подготовке и размещению материалов по социально-значимой тематике; публикацию нормативно-правовых актов органов региональной власти.

3. Конкурсы на получение грантов в соответствии с региональными законами.

4. Другие формы существуют как единичные примеры в отдельных регионах.

В частности: финансирование из регионального бюджета размещения в СМИ социальной рекламы (Республика Мордовия); выделение средств из областного бюджета на проведение нескольких профессиональных журналистских конкурсов (нижегородская область); реализация областной программы экономической и учебно-методической помощи «районкам», включая выделение им газетной бумаги (от 20 до 40% годовой потребности редакции), бесплатные семинары для руководителей СМИ и журналистов, финансирование поездок региональной делегации журналистов на фестиваль (Свердловская область); экономическая поддержка распространителей периодических изданий (действующих на территории Тюменской области, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов); льгота по налогу на прибыль (в части зачисляемой в областной бюджет) для редакций СМИ, у которых выручка от основного вида деятельности составляет свыше 50% общей суммы выручки от реализации ими продукции, работ или услуг (Ярославская область).

В абсолютном большинстве регионов независимо от организационно-правового статуса местных газет практикуется со-

четание первых двух основных форм (бюджетное финансирование и договоры на информационное обслуживание).

По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2014 год, бюджетные поступления составляют от 25% до 85% необходимых средств районной и городской печати⁵. Наблюдатели отмечают, что сокращение бюджетного финансирования материалов, отражающих политику государственной власти, секвестрование затрат на публикации, информирующие в различных формах население о деятельности губернаторов и правительств, грозят фактическим уничтожением региональных и муниципальных СМИ, крайне зависимых от бюджетных источников финансирования. Специалисты считают необходимым определить четкие понятийные критерии «пиара» и «необходимого информирования»⁶.

По этому поводу 23 июня 2015 года Президент РФ Владимир Путин на пленарном заседании Общественной палаты заявил, что «нужно изобрести такую формулу, которая не позволяла бы деньги, которые надо использовать для решения социальных задач, тратить на голый пиар»⁷. Написанный позднее законопроект об уголовной ответственности глав регионов за траты из бюджета «на пиар» был принят неоднозначно и в профессиональном, и в экспертном сообществе. В частности, председатель правления Фонда развития гражданского общества Константин Костин выразил уверенность, что, прежде всего, нужно вести речь о выработке понятных и прозрачных правил, что именно и как публикуется на возмездной основе в рамках информационного обеспечения деятельности органов власти⁸.

⁵ Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД. 2014, С.43.

⁶ В ОНФ отсутствует четкая методика определения политического пиара в масс-медиа // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: <http://pravdaurfo.ru/articles/118402-gosudarstvennym-smi-predlozhili-chernyy-nal>, (дата обращения 23.09.2015).

⁷ Путин выступил против пиара региональных властей за счет бюджета // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: <http://www.interfax.ru/russia/449173>, (дата обращения 23.09.2015).

⁸ Большие политические машины всегда имеют преимущество // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: <http://uralpolit.ru/article/urfo/29-06-2015/62787>, (дата обращения 23.09.2015).

При этом может возникнуть впечатление, что в России отсутствуют независимые средства массовой информации, что отнюдь не так. Наличие на региональном и муниципальном уровне независимой прессы является необходимым элементом контроля над деятельностью властей. По словам председателя Общественной палаты РФ Александра Бречалова, Общероссийский народный фронт будет поддерживать конкуренцию между «губернаторскими» и независимыми СМИ в регионах. Власти готовы идти на контакт с общественностью, когда между «губернаторскими» и независимыми СМИ возникает конкуренция, отметил Бречалов⁹.

Но существование такого рода печати в период сложной экономической ситуации задача трудная. Чтобы облегчить ее, в апреле 2014 года на медиафоруме в Санкт-Петербурге, в котором приняли участие более 400 независимых региональных и местных СМИ, было принято решение о создании Центра правовой поддержки журналистов и фонда грантовой поддержки журналистов «Правда и справедливость»¹⁰.

По итогам форума Президент России поручил правительству обеспечить приоритет региональным СМИ при распределении поддержки на социально значимые проекты журналистов.

По ведомственному приказу, опубликованному Роспечатью 31 декабря 2014 года, на федеральную поддержку могут претендовать социально ориентированные СМИ любой организационно-правовой формы за исключением государственных и муниципальных учреждений, действующие не менее одного финансового года и не нарушавшие российское законодательство. Кроме того, кандидаты на господдержку не должны иметь в учредителях религиозных объединений, политических партий и политических общественных движений¹¹.

⁹ Бречалов: независимые СМИ заставляют губернаторов идти на контакт с общественностью // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: http://fedpress.ru/news/society/news_society/1429854858-brechalov-nezavisimye-smi-zastavlyayut-gubernatorov-idi-na-kontakt-s-obshchestvennostyu, (дата обращения 23.09.2015).

¹⁰ Независимые издания получат сто миллионов из Фонда поддержки СМИ // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: http://fedpress.ru/news/society/news_society/1404194452-nezavisimye-izdaniya-poluchat-sto-millionov-iz-fonda-podderzhki-smi, (дата обращения 23.09.2015).

¹¹ ОНФ 22 января проведет вебинар для региональных СМИ по вопросам получения грантов Роспечати // Тувинская правда. 15.01.2015 // [Электрон-

По данным, полученным ОНФ в ходе опроса региональных СМИ, выяснилось, что **среди 400 региональных СМИ только 20 знают о господдержке, оказываемой по линии Роспечати, или когда-либо ею пользовались.** Значительную долю грантов получили федеральные СМИ¹².

Специфика региональной и муниципальной прессы, находящейся в прямой зависимости от местных и региональных администраций, накладывает характерный отпечаток на содержание и тональность публикаций.

В целом, реформа местного самоуправления, предпринятая федеральным Центром, освещается позитивно и даже благожелательно; авторы выражают «солидарное» мнение местных властей и большинства горожан о своевременности такой реформы. Более четкое разграничение функций, как ожидается, должно способствовать быстрому реагированию на сигналы с мест и квалифицированному исполнению обязанностей представителями городских и районных властей.

Однако по косвенным признакам можно обнаружить и некоторые сомнения в пользу проводимой реформы у части авторов. Глухое недовольство выражают представители городских властей, прежде всего, главы городов, которые опасаются, что потеряют должности в ходе реализации реформы в связи с переходом на модель сити-менеджеров и отказом от прямых выборов мэров.

В местных СМИ отражено и беспокойство части горожан политикой укрепления исполнительной власти за счет урезания полномочий выбираемых самим населением глав поселений. Горожане боятся, что реформа приведет к еще большей замкнутости власти и будет способствовать усилению коррупции в органах местного самоуправления.

Так, высокий протестный фон отмечается в Балашове (Саратовская область), Коркино (Челябинская область) и Пяти-

ный ресурс]. Электронные дан. URL: <http://tuvpravda.ru/?q=content/onf-22-yan-va-ya-provedet-vebinar-dlya-regionalnyh-smi-po-voprosam-polucheniya-grantov>, (дата обращения 24.09.2015).

¹² Всего 169: стали известны печатные СМИ, которые получают господдержку // [Электронный ресурс]. Электронные дан. URL: http://fedpress.ru/news/society/news_society/1428924927-vsego-169-stali-izvestny-pechatnye-smi-kotorye-poluchat-gospodderzhku, (дата обращения 24.09.2015).

горске (Ставропольский край). Здесь, самое большое число критических замечаний в адрес городской власти.

В некоторых случаях, хронический конфликт между властью и локальными сообществами перерастает в активный протест. В Балашове ряд гражданских активистов формируют инициативную группу по организации референдума о выходе городского поселения из состава Саратовской области и присоединения к Воронежской.

Местная пресса старается минимизировать информацию о протестных настроениях в городе, но серьезность ситуации подтверждается регулярными визитами в Балашов представителей Саратовской областной администрации и депутатов Государственной Думы Российской Федерации.

Горожане выражают недоверие главе города, обвиняют в неэффективности исполнительную власть Балашова, усматривают признаки коррупции в принимаемых решениях: капитальный ремонт, расселение из ветхого жилья, строительство дорог, низкие зарплаты бюджетников. Конфликт не переходит в острую фазу, но старания областных властей оказать поддержку городской, критикуемой жителями, администрации способствуют углублению недоверия жителей властью вообще.

Работа депутатов городского и районного уровней практически не представлена в СМИ. Только в репортаже о заседании Общественного Совета Балашова в 2014 году отмечен районный депутат Виктор Волков, который критиковал городскую администрацию за невнимание к проблемам ЖКХ. По сути, основные ресурсы для решения вопросов социально-экономической и культурной жизни территории сосредоточены в руках главы района и главы администрации района Балашова.

В Коркино горожане не видят работу местного самоуправления, не доверяют местным депутатам и критично настроены по отношению к региональной администрации. Такая ситуация отмечена в период, когда губернатором Челябинской области был Михаил Юревич. Информации об изменениях в настроении горожан Коркино после его отставки в СМИ не обнаружено.

Самый высокий уровень протестных настроений отмечен в Пятигорске.

В этом городе к числу «классических» проблем, которые характерны и для остальных территорий данного исследования

добавляется острое беспокойство горожан за собственную безопасность. В Пятигорске растет число разбойных нападений, и фиксируются случаи столкновений на межнациональной почве. Городские СМИ открыто критикуют местную власть за бездействие, коррумпированность и неэффективность. Наиболее болезненные темы: неконтролируемая застройка курортной зоны, разрушение заповедных территорий и исторических памятников, развал ЖКХ и низкие зарплаты бюджетников.

И Балашов, и Пятигорск являются поселениями с достаточно развитой инфраструктурой и, обладающие экономическим потенциалом, для решения актуальных социальных и хозяйственных проблем. А в Коркино работают крупные сырьевые компании, которые исправно отчисляют налоги в местный бюджет.

Тот факт, что жители ощущают ухудшение своего социального благополучия, связывается авторами публикаций с качеством работы органов местного самоуправления. В ряде публикаций отмечается важность личностных качеств руководителя: при наличии примерно равных экономических ресурсов результаты деятельности МСУ сильно разнятся.

Если в Балашове недовольство властью растет, то в Ельце вопросы ЖКХ, рабочих мест, инфраструктурные проблемы решаются эффективно.

В Елабуге стараниями местных властей активно развивается туризм и ведется массовое жилищное строительство. Местные власти выходят на международное сотрудничество и привлекают инвестиции из внебюджетных источников.

Чще всего, среди претензий, предъявляемых горожанами, фигурируют бытовые и хозяйственные вопросы, а также, клановость и замкнутость местной власти, главным критерием оценки остаются – профессионализм и личностные качества политиков. В Переславле-Залесском власть не часто вступает в публичное общение с жителями, а о работе муниципальных депутатов и руководителей структурных подразделений администрации СМИ не сообщают ничего. Тем не менее, горожане довольно лояльны к местному самоуправлению и удовлетворены своим качеством жизни. Определенное недовольство политикой городской администрации проявляют предприниматели. Но, судя по сообщениям местных газет, власть оперативно реагирует на проблемы

малого бизнеса. Старания представителей МСУ помочь местным жителям, также позитивно оцениваются горожанами. Даже, если эти старания не приносят видимых и ощутимых результатов.

В любом случае горожане требуют от местной власти большей эффективности. В Великих Луках и Тотьме, городах с исторической застройкой, местные сообщества ориентированы на краеведение и развитие туризма. В целом горожане демонстрируют лояльность, как местным органам власти, так и областным руководителям. Протестная активность в этих городах крайне низкая; жители не возлагают на власть особых надежд и поддерживают местное руководство по привычке, сформировавшейся еще в советские времена. Раздражающим моментом следует назвать лишь рост цен: горожане полагают, что местная власть имеет рычаги воздействия на ритейлеров и торговцев. Власть пытается решать эти проблемы, используя не административные инструменты, а рыночные налоговые механизмы.

В большинстве СМИ присутствует и тема развития туризма. Даже в регионах, которые не отличаются богатством исторических памятников, осуществляются планы по развитию отрасли. Например, в Воркуте собираются делать ставку на мемориальный туризм – посещение бывших лагпунктов сталинских времен. В Лысьве, Ельце и Шуе будут развивать экотуризм. Наиболее подробно тема туризма освещена в СМИ Елабуги и Находки. Здесь, речь идет о привлечении иностранных туристов в регион и о строительстве соответствующей туристической инфраструктуры.

Остальные темы имеют исключительно локальное значение и обусловлены спецификой городской среды. Так, в СМИ городов с богатой историко-культурной инфраструктурой – Тотьма, Каргополь, Пятигорск – отдельная тема – организация культурных и праздничных мероприятий. Проведение собраний с участием ветеранов ВОВ, реализация программ военно-патриотического воспитания подростков входят в приоритетные направления работы администраций Великих Лук и Советска. Организация ярмарок выходного дня – в повестке Ельца и Сасово.

Следует отметить и факт доверия горожан «своим» СМИ. Во многих обстоятельствах журналисты выражают мнения и настроения большинства локальных сообществ.

Заметим, что городские СМИ мало внимания уделяют анализу выборных кампаний в регионах. Такое положение характерно для абсолютного большинства городов из нашего исследования. Но есть территории, где данная тема полностью выпадает из информационного поля. К числу таких поселений можно отнести Дербент, Северобайкальск, Усть-Илимск, Нерчинск. На удивление мало сведений в местных и областных СМИ о конкретных депутатах, общественных лидерах и работниках МСУ. В газетах чаще всего упоминают губернаторов, заместителей руководителей регионов, депутатов Государственной Думы РФ. На втором месте по упоминаемости стоит глава городской или районной администрации. О деятельности главы городского поселения сообщается значительно реже, по сравнению с освещением работы глав исполнительной власти города и района.

В некоторых регионах, где глава города появляется на страницах местной прессы отмечены ситуация конфликтов горожан и городской власти. Например, о главе Балашова информация носит исключительно критический характер. В Елабуге, где отношения властей и горожан достаточно спокойные, граждане демонстрируют удовлетворение работой МСУ, – о главе города почти не пишут. В городе Великие Луки позитивной информации о главе МСУ гораздо больше, чем о губернаторе Псковской области, хотя социально-экономическая ситуация в городе далека от идеала.

В Каргополе местная газета занимает достаточно независимую позицию и не публикует излишне комплиментарных статей о власти. Несколько раз упомянуты глава района и глава МО Каргополь. Причем, о руководителе района журналисты высказываются нейтрально, иногда – критично. О главе города, напротив, информация достаточно позитивная.

В Керчи пресса практически ничем не отличается от СМИ других регионов, несмотря на то, что эта территория находится в составе России чуть больше года. Местные газеты предпочитают писать об общекрымских проблемах, избегая критиковать конкретных представителей местных властей.

Сопоставляя информацию локальных СМИ о деятельности местного самоуправления в различных городах, можно выделить несколько типических моделей.

Наиболее распространенная стратегия органов МСУ – это встраивание в политику районных и областных администраций. Фактически местное самоуправление выполняет декоративные функции при администрации района или области. Жители не видят в МСУ политически самостоятельного субъекта, отношение горожан к такой власти нейтральное, люди понимают, что решить многие проблемы города могут только областные администрации и губернаторы; интереса к работе МСУ и выборам муниципальных депутатов жители не проявляют. Уровень доверия к органам местного самоуправления – низкий. Данная модель характерна для Великих Лук, Майского, Новошахтинска, Шуи, Лысьвы и ряда других городов.

Другая выявленная модель, – активная субъектность при дефиците полномочий. В этом случае, органы местного самоуправления пытаются влиять на жизнь города, принимают самостоятельные экономические решения, взаимодействуют с локальными сообществами, находят внебюджетные источники пополнения бюджета. Наиболее ярким примером такой модели следует назвать городскую власть Елабуги. К данной модели также тяготеют Нерчинск, Находка, Елец, Белогорск, отчасти, Воркута. Активность местной власти оказывает существенное позитивное влияние на жизнедеятельность локальных городских сообществ. Уровень доверия к органам МСУ достаточно высок.

В третьем случае – города Балашов, Пятигорск, Дербент, Коркино – местная власть воспринимается горожанами отдельной, замкнутой в самой себе, группой. Выборные органы самоуправления образуют совместно с администрацией некий властный клан, чья деятельность совершенно непрозрачна для СМИ и жителей. Результатом этой стратегии становится рост отчуждения локальных сообществ от местной власти, сохраняется недоверие к органам местного самоуправления со стороны горожан, формируются протестные настроения среди жителей. Протестные установки могут вести к открытому выражению недовольства, проводимой политикой.

Анализ публикаций местной прессы позволяет сделать вывод о том, что пока отношения с общественностью выстраиваются без серьезной обратной связи, а конфликты между горожанами и структурами местной власти связаны

с качеством администрирования в конкретном поселении. В тех регионах, где местная власть проводит эффективную политику, которая устраивает городские сообщества, конфликты предупреждают с помощью регулярных встреч групп горожан с городскими чиновниками и депутатами. Наиболее ярким примером успешного управления городом в нашем исследовании является Елабуга.

В заключении заметим, что главными условиями поступательного развития территории и конструктивного взаимодействия городских сообществ и власти следует назвать качество городского администрирования, специфику взаимоотношений между властью и местным сообществом и личностные характеристики руководителей региона.

Дзялошинский И.М.

Еще раз о защите человека от медиаугроз: традиционные и новые походы

Медиа как индустрия

Основная тенденция истории медиа – постепенный и неуклонный переход от ремесленного производства (журналист как индивидуальный создатель текстов), через мануфактурное производство (существование множества автономных редакций), к мощным медиакорпорациям.

Начиналась журналистика как способ самореализации конкретных индивидов. В эпоху Просвещения авторы в одиночку, собственными силами издавали журналы публицистической направленности.

Персональный журнализм закончился с появлением влиятельных газетных магнатов, которые начинали диктовать информационную повестку дня данного издания или группы изданий. Понятно, что эти магнаты, определяя информационную повестку дня, учитывали интересы государственных структур и отчасти потребителей информации. Наступила эпоха «нового журнализма» или эпоха медиамануфактур. Внутри административного руководства газетного издания стали обособляться функции управления. Осознание самими журналистами конца эпохи персонального журнализма можно датировать возникновением первых журналистских объединений и ассоциаций, декларировавших в качестве своих целей защиту журналистов от всевластия редакторов и владельцев СМИ. Это произошло примерно 120 лет назад.

Нынешний этап развития масс-медиа с полным правом можно назвать индустриальным. В медиасфере налицо все признаки существования особой индустрии:

1) внутренне слаженная система функций, выполняемых в обществе и соотносящихся с другими сферами человеческой деятельности;

- 2) материально-техническая база;
- 3) профессиональные кадры (журналисты, сценаристы, режиссеры, редакторы, корректоры, инженеры, художники, дизайнеры, телеведущие, SEO-специалисты и др.).

Медиаиндустрия представляет собой часть общественно-го производства, связанную с подготовкой информационных, идеологических и ценностных продуктов, направленных на удовлетворение определенных потребностей разных групп населения при условии получения выгоды или прибыли владельцами медиаресурсов.

Как и любая индустрия, медиаиндустрия прошла, а кое-где проходит до сих пор, процесс концентрации и монополизации. В России феномен концентрация средств массовой информации стали анализировать с середины 1990-х годов. Было показано, что на отечественном медиарынке происходят постоянные трансформации организационного, экономического, содержательного характера, связанные с централизацией капитала в сфере информационно-коммуникационной индустрии. В последние годы исследователи показали, что конвергенция журналистики, внедрение в СМИ новых технологий (Интернета, спутниковой и телефонной связи, цифрового телевидения) способствуют формированию крупных медиакомпаний. И на данный момент следует говорить о концентрации средств массовой коммуникации – возникновении медиакорпораций – как о характерной и определяющей тенденции современной российской медиасистемы не только на общенациональном информационном рынке, но и на региональном уровне.

Однако можно констатировать, что в последние годы происходит переплетение собственности и образование корпораций, тесно связанных не только с медиасферой, но и с различными областями экономики. Владельцами таких медиакорпораций становятся крупные коммерческие структуры, действующие в различных отраслях, в результате чего явно просматривается связь и взаимозависимость медиабизнеса с другими секторами экономики. Считается, что на данном этапе в условиях высокой конкуренции на медиарынке зачастую укрупнение компаний с включением в них немедийных активов является единственным способом их существования.

Стремясь освоить возможности мирового информационного рынка, крупнейшие медиаконцерны перешагнули национальные границы, их деятельность приобрела транснациональный характер. Наиболее крупные и экономически могущественные объединения, использующие новейшие коммуникационные технологии и огромные материально-финансовые ресурсы, сегодня доминируют на международном рынке новостей, их операции приобрели поистине всемирный размах.

Последствия индустриализации медиа

Индустриализация любого производства влечет за собой как массу позитивных последствий, так и множество негативных. Не случайно само понятие «экология окружающей среды» в современном понимании этого словосочетания возникло в связи с переходом производственной системы в индустриальную фазу.

То же самое произошло (и происходит) с переходом медиапроизводства в индустриальную фазу. Чрезвычайно усложнило ситуацию появление Интернета, который стал своеобразной медийной средой, благодаря которой происходит глобальный обмен информацией. Его популярность можно объяснить тем, что, в отличие от линейных текстов традиционных СМИ, новые медиа характеризуются гипертекстуальностью, благодаря чему каждый текст имеет выходы на другие, и это в значительной степени расширяет информационный поток, которым интересуется пользователь. Но, с другой стороны, развитие Интернета влечет за собой множество угроз для общества и личности [13].

Определяя возможные способы минимизации угроз со стороны медиа, исследователи указывают на следующие варианты:

- 1) государственный контроль, создание реестра запрещенных сайтов и каналов коммуникации;
- 2) самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны интернет-провайдеров и редакторов СМИ;
- 3) самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль;
- 4) медиаобразование населения, особенно молодежи по проблеме медиабезопасности;
- 5) введение этического кодекса коммуникации [18].

Если обобщить эти и другие высказывания, то можно сделать вывод о том, что в настоящее время сложились три основных подхода к поиску способов минимизации возможного вреда, наносимого масс-медиа:

- 1) подход, опирающийся на концепции медиабезопасности;
- 2) медиаобразовательный подход;
- 3) подход, который можно назвать «этическим», поскольку его сторонники полагают, что основным способом уменьшения медиаугроз является соблюдение медиа-актерами высоких этических стандартов медиаповедения.

Теории медиабезопасности

Западные эксперты и специалисты по медиа избегают пользоваться терминологией опирающейся на концепт «информационная (медиа) безопасность». Обычно речь идет о защите прав различных социальных групп (меньшинств) или о предотвращении нарушений законодательства в медиасреде. Напротив, в странах незападной (или антизападной) ориентации охотно пользуются понятиями «информационная безопасность», «информационная война», «защита от медиаагрессии» и т.п. Достаточно почитать множество появившихся в конце 1990-х – начале 2000-х годов работ, посвященных проблемам информационной и информационно-психологической безопасности [15; 16; 22; 25; 27].

В последние годы все активнее используется понятие медиабезопасности. Этим понятием чаще всего обозначают состояние защищенности каждого индивида от недостоверной или опасной информации, причиняющей вред здоровью человека, его нравственности и личностному развитию [18]. Есть и другие определения. Например, такое: «Под медиабезопасностью понимается «один из видов безопасности современного человека, живущего в атмосфере постоянных природных и техногенных рисков, наряду с экологической, дорожной, противопожарной, химической и другими видами безопасности. Под медиабезопасностью логично понимать состояние защищенности жизненно важных интересов субъектов от угроз, исходящих из медиапространства, то есть от системы средств массовой информации и коммуникации (медиа). Как отмечает И.А. Фатева, принципиально важным является вы-

бор термина для опорного понятия: используя вместо привычного для российского научного и правового дискурса словосочетания «информационная безопасность» слово «медиабезопасность», мы подчеркиваем особую роль контента, распространяемого по каналам СМИ и СМК («медиа» по западной терминологии) [26].

Понятно, что в качестве основного защитника от медиаугроз при таком подходе рассматривается государство. В соответствии со ст. 4 Закона РФ «О СМИ» «Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации» действует специальный орган – Роскомнадзор. Последнее время происходит ужесточение подобного рода законов: так, Президент РФ Владимир Путин 28 июля 2012 года подписал Закон «О внесении изменений в ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты РФ». Закон предусматривает создание единого реестра доменных имен и универсальных указателей страниц сайтов в Интернете и сетевых адресов сайтов, содержащих информацию, запрещенную к распространению на территории РФ. Во внесудебном порядке (по решению уполномоченных федеральных органов исполнительной власти) в реестр будут включаться те сайты, которые содержат материалы с порнографическими изображениями детей или объявления о привлечении их в качестве исполнителей для участия в зрелищах порнографического характера; сайты, публикующие информацию о способах изготовления и использования наркотиков, местах их приобретения, а также о способах совершения самоубийства и призывы к суициду. Кроме того, некоторые сайты могут быть включены в реестр по решению суда о признании информации, распространяемой ими, как запрещенной.

Самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны интернет-провайдеров и редакторов СМИ также существует практически с момента появления средств массовой информации и коммуникации. Но постоянное расширение интернет-пространства и медиарынка создало практически неуправляемый контент в медасреде, при котором самостоятельный контроль интернет-провайдеров и редакторов СМИ зачастую является настолько трудоемким, что становится практически невозможным. Поэтому «общественное регулирование Интернета является понятием

достаточно условным, поскольку реализуется в первую очередь интернет-провайдерами по указанию властных структур, т.е. фактически носит принудительный характер» [28, с. 444].

Теории медиаобразования

В документах Совета Европы «медиаобразование (*mediaeducation*) определяется как обучение, которое стремится развивать медиакомпетентность, понимаемую как критическое и вдумчивое отношение к медиа с целью воспитания ответственных граждан, способных высказать собственные суждения на основе полученной информации. Это дает им возможность использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и/или культурные интересы, которые с ней связаны. Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа. Медиаобразование позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения и информацию, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность. В этом смысле медиаобразование готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию. Необходимо развивать медиаобразование как часть концепции обучения в течение всей жизни человека» [2].

Медиаобразование как концептуальная модель возникла в странах с доминирующей либеральной идеологией. И понятно, почему: с одной стороны, в этих странах фиксируется беспрецедентное развитие разнообразных СМИ, создающих огромное количество информационного шума; с другой – существенное понижение гражданской активности, выражающееся в неуклонном падении количества людей, принимающих участие в избирательных кампаниях и других формах гражданского поведения. Все это поставило в повестку дня западных обществ вопрос о поиске новых форм вовлечения граждан в дела общества. В связи с этим возникла теория социальной ответственности СМИ, появилась идея медиаобразования. Причем с самого начала внутри корпуса разработчиков этой идеи боролись две парадигмы.

Одна из них (ее можно назвать **педагогической**) постулировала тезис о том, что «под медиаобразованием следует понимать

обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика, география». [6, р. 8] Аналогичная формулировка содержится в «Педагогическом энциклопедическом словаре», который определяет медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладеть способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [21, с. 138].

Другими словами, речь шла лишь о том, чтобы создать квалифицированную (или, как сейчас говорят – компетентную) аудиторию СМИ.

Сторонники второй парадигмы (ее можно назвать **гражданской**) полагают, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...» [7, р. 152].

Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как формирование коалиции «для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию» [3]. Один из лидеров современного медиаобразовательного движения Б. Мак-Махон пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодежи становится настоящим требованием демократического общества» [5, р. 3].

Были, разумеется, и попытки совместить обе парадигмы. Так, в одном документе говорится: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возмож-

ность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции» [17].

И вряд ли случайным совпадением является то обстоятельство, что параллельно с развитием концепций медиаобразования ООН, ЮНЕСКО, Совет Европы много внимания уделяли идеям гражданского образования. Так, Генеральной Ассамблеей ООН была принята Всемирная программа образования в области прав человека. В документах пятьдесят девятой сессии Генеральной Ассамблеи ООН следующим образом раскрывается содержание понятия «образование в области прав человека»: «...усилия по образованию, обучению и информированию, которые предпринимаются для создания всеобщей культуры прав человека путем обмена знаниями, привития навыков и формирования позиций, которые направлены на:

- укрепление уважения прав человека и основных свобод;
- всестороннее развитие человеческой личности и чувства человеческого достоинства;
- содействие взаимопониманию, терпимости, равенству мужчин и женщин и дружбе между нациями, коренными народами и расовыми, национальными, этническими, религиозными и языковыми группами;
- обеспечение для всех людей возможности эффективно участвовать в жизни свободного и демократического общества, в котором господствует право;
- строительство и поддержание мира;
- обеспечение устойчивого развития в интересах общества и социальной справедливости.

Образование в области прав человека охватывает:

- знание и навыки – изучение прав человека и механизмов обеспечения их защиты, а также приобретение навыков применять их в повседневной жизни;
- ценности, мировоззренческие подходы и поведенческие модели – развитие ценностей и укрепление мировоззренческих подходов и поведенческих моделей, отстаивающих права человека;
- действия – принятие мер по защите и поощрению прав человека» [20].

Теории медиаэтики

В 2011 году в специальном докладе ООН доступ к сети Интернет был признан неотъемлемым правом человека. Любое ограничение в этом отношении признается прямым нарушением установленных прав. Вместе с глобальным доступом в сеть возникают различного рода задачи, которые необходимо решать и регулировать на международном и национальном уровне. В частности, речь идет о соблюдении кибербезопасности, регулировании киберповедения и соблюдении норм киберэтики.

Установлено, что понятие киберэтики, или информационной этики (ИЭ) является дисциплинарным и касается исследования проблем, возникающих в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИЭ возникает на стыке дисциплин компьютерной этики и философии информации. В связи с тем, что ИКТ создают определенный конгломерат этических дилемм и коллизий (авторское право, неприкосновенность частной жизни и защита информации, интеллектуальная свобода, ответственность и безопасность поведения в сети Интернет) ИЭ ставит в фокус своего рассмотрения вопросы собственности, доступа, неприкосновенности частной жизни, безопасности и общности информации. В этой сфере создаются этические кодексы, которые призваны регулировать поведение интернет-пользователей, сообществ, а также государственные стратегии развития, которые стремятся объять всю сферу распространения ИКТ для создания процедурного поля взаимодействия не только частных лиц, но и общественных институтов. Следовательно, ИЭ формируется множеством усилий разного порядка. Отметим, что важными аспектами формирования этического поведения в

Интернет является справедливое использование информации, которое касается хранения, распространения и корректирования персональной информации, а также забота об общем благе и непричинении вреда глобальному сообществу.

При исследовании проблемы этики в информационном пространстве было установлено, что рассмотрение указанной проблематики невозможно без учета проблематики киберугроз и кибербезопасности. Резолюция ГА ООН 2009 года «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» [23] содержит инструментарий, который призван помочь национальным государствам создать стратегию устойчивого развития в информационном секторе с тем, чтобы укрепить также глобальную информационную среду. В частности, в документе содержатся рекомендации по определению реальных потребностей кибербезопасности, фиксации деятельности по отношению к произошедшим сбоям, анализу и обновлению правовой документации. Важнейшими пунктами документа являются указания на необходимость взаимодействия государственных органов с частным сектором, бизнесом и гражданским обществом, вплоть до проведения образовательных кампаний среди отдельных граждан. Значительными элементами представляются специальные разработки образовательных модулей, которые содержат указания о безопасном поведении в Интернете, о соблюдении правовых норм и защите частной информации. В частности, ООН предлагает в рамках проекта Академии ИКТ образовательные программы для лидеров государственного сектора с целью формирования навыков работы с информационным сектором, понимания его специфики, политики применения и технологии ИКТ. Взаимодействие в этой области должно осуществляться на всех уровнях общественной системы, с учетом как разработок в правительственном секторе, так и в неправительственных организациях (НГО, академические круги, прочее). Все эффективные меры, которые содействуют укреплению кибербезопасности на национальном уровне затем будут аккумулированы для глобального сообщества.

Необходимо отметить, что понятия «информационная этика» и «информационная безопасность» тесно связаны не только с

процессом разумного ограничения распространения определенных категорий информации, но, в первую очередь, с разумным доступом к ней. Обеспечение доступа СМИ и представителей гражданских информационных ресурсов (к примеру, блогеров) к открытой информации, совершенствование правовых норм, регулирующих обозначенный процесс, должны быть приоритетными задачами государственной стратегии обеспечения информационной безопасности. Вместе с тем, защита от информации, порочащей честь и достоинство как отдельных граждан, так и целых сообществ и групп, также является необходимым элементом этой стратегии. Обеспечение устойчивого развития современного общества связано напрямую с его полноценной информатизацией.

Российские исследователи в вопросе о решении проблемы медиабезопасности также приходят к мысли о необходимости развития этических регуляторов [12; 14; 28].

Поиск новой парадигмы

На наш взгляд, основной недостаток всех описанных выше теорий защиты человека от вредных воздействий медиа, заключается в том, что они создают иллюзию, что защита от «вредного воздействия» в принципе возможна. Однако очевидно, что в современном глобализирующемся мире внутренняя динамика медиасистемы и динамика внешних воздействий на нее носят чрезвычайно сложный характер, и все последствия этих динамических отношений трудно предсказать, а значит, невозможно проанализировать все источники и все виды возможных рисков. Отобранными для организации защиты от них окажется некоторое ограниченное число угроз, и значительно большее множество реально существующих угроз будет проигнорировано по следующим причинам: 1) низкая оценка уровня их опасности или вероятности реализации на момент анализа; 2) ограниченная способность людей познавать сложные системы; 3) невозможность построения достаточно адекватных моделей развития событий; 4) невозможность предсказания появления новых угроз и пр. Мало помогает в данном случае и абстрактно понимаемая концепция повышения медиаинформационной компетентности. Слишком много компетенций, и они все время меняются и будут меняться.

Представляется, что назрела необходимость перехода на парадигму устойчивого развития медиапространства [8; 9; 10; 11].

Термин «устойчивое развитие» впервые появился в 1987 г. в русском издании книги «Наше общее будущее», которое было осуществлено в Копенгагене Комиссией ООН под председательством госпожи Гро Харлем Брунтланд, тогдашнего премьер-министра Норвегии [19]. Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности ныне живущего поколения, не ставя под угрозу возможности будущих поколений удовлетворить их собственные потребности (в объеме, не меньшем, чем это делаем мы). Это классическое определение Комиссии ООН, и оно принято мировым сообществом. Широкое звучание этот термин получил в июне 1992 г. на Второй Международной конференции по окружающей среде и развитию, которая была организована в Рио-де-Жанейро. На этой конференции была принята стратегия (концепция) перехода современного общества к устойчивому развитию. Речь в данном случае идет о переходе к новой эпохе цивилизационного развития на основе радикального изменения ценностей и целей современного общества, ориентации и содержания различных сфер человеческой деятельности [24].

Предлагаемый подход предполагает постановку принципиально иного вопроса: «Не пора ли защищать медиапространство от людей?». Медиапространство подобно природе и так же, как природа, не терпит грубого и неразумного вмешательства. Но большинство людей не осознает, что нарушает объективные законы протекания медийных процессов и эти нарушения вызывают нежелательные последствия. Исходя из этого, можно выделить три основных направления возможной реализации нового подхода к медиаобразованию.

1. Разработка инфоэкологической политики. Под инфоэкологической политикой понимается любой способ действия, специально предпринимаемый (либо не предпринимаемый) для управления человеческой деятельностью с целью предотвращения, сокращения или смягчения вредного воздействия людей на медиапространство. Проблема формирования инфоэкологической политики в настоящее время очень актуальна как для России, так и для других стран. Конечно, эта проблема не решается созданием и принятием разнообразных нормативных документов. Речь

идет о разработке и воплощении в жизнь стратегической модели действий в медиапространстве, реализуемой с помощью политических, экономических и образовательных технологий. И здесь вполне было бы уместным по-новому прочесть работы Э. Геккеля, В.И. Вернадского, П. Тейяр де Шардена, К.Э. Циолковского, Н.Н. Моисеева, И. Валлерстайна, Д.М. Гвишиани, П. Доверна, Д. Медоуза, Г. Хардина и многих других исследователей. А также обратиться к работам специалистов по политическому и стратегическому планированию в сфере охраны окружающей среды [4].

В книге «Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction» исследуется шесть ключевых экологических и социальных принципов, которые были включены в международные соглашения и национальное законодательство. Это:

- принцип устойчивого развития;
- принцип «загрязняющий платит»;
- принцип осторожности;
- принцип справедливости;
- принцип прав человека;
- принцип участия. [1]

Возможно, именно эти принципы и должны быть положены в основу разумной инфоэкологической политики.

2. Создание новых социальных движений, целью которых было бы продвижение идей экологии медиапространства в гражданском обществе. За последние 20 лет значительно увеличилось количество движений, которые не ограничиваются стремлением к приобретению или защите тех или иных прав или материальных благ. Среди них есть социальные движения, выступающие за защиту окружающей среды, сохранение мира и др. Форма их организации отличается от моделей массовых движений: они стремятся создать сеть небольших групп локального характера, каждая из которых имеет свои принципы и стиль деятельности, но в акциях протеста принимает участие вместе с другими группами. Однако среди таких движений практически нет таких, которые встали бы на защиту медиапространства от неразумных действий людей...

3. Формирование инфоэкологического сознания. Неспособность инфоалармистов, несмотря на их активность, упо-

рядочить взаимодействия людей с медиапространством, свидетельствует о том, что решение этих проблем невозможно без повышения социальной ответственности каждого человека за последствия своего воздействия на медиапространство. Чисто потребительский, технократический подход к медиапространству не просто узок и ограничен, он гибелен для культуры и цивилизации. Вывод очевиден: для решения проблем, возникающих между человеком и медиапространством, нужно изменить человека, систему его представлений. И именно здесь необходим новый подход, основанный на тесном «сотрудничестве» экологии медиапространства и медиаобразования. Но для этого следует отказаться от заложенного М. Маклюэном представления о рукотворности, искусственности медиа, которые созданы человеком в качестве функционального усилителя человеческих способностей.

Придется совершить крутой разворот и встать на позиции принципиально иного подхода, согласно которому медиапространство возникло как естественный результат взаимодействия множества факторов и представляет собой в настоящее время относительно автономную систему, существование и развитие которой определяется какими-то, нами пока плохо исследованными закономерностями. Другими словами, медиапространство представляет собой **объективно существующую самоорганизующуюся систему**, не менее сложную, масштабную и самодостаточную, чем сама природа. И человек отнюдь не хозяин этой системы, а либо создатель ресурсов, необходимых ей для саморазвития, либо потребитель ресурсов, способный, по глупости или жадности, нанести этой системе вред, так же как человечество наносит вред биосистеме, именуемой «природа».

Литература

- 1 Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies
- 2 Council Europe (2000). Recommendation. Media Education. URL: <http://assembli.coe.int/Documents/AdoptedText/TA00/EREC1466.htm>
- 3 Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol, 2, № 2.

- 4 Loomis J., Helfand G.E. Environmental Policy Analysis for Decision Making. – Secaucus, NJ, USA: Kluwer Academic Publishers, 2001. URL: <http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10067231&ppg=307>
- 5 McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore.
- 6 Media Education. – Paris: UNESCO, 1984.
- 7 Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001.
- 8 Дзялошинский И.М. Глобализация медиапространства и проблема культурного разнообразия // Моделирование реальности в пространстве разнообразия: гуманитарные исследования общественных процессов. – М.: Ленанд, 2012.
- 9 Дзялошинский И.М. Экология медиапространства: новая научная дисциплина и направление исследований // Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе: Материалы IV Международной научно-практической конференции. – М.: ИД «АТиСО», 2013.
- 10 Дзялошинский И.М. Экология медиапространства: от метафоры к научному понятию // Молодежь и медиа: экология медиапространства. – М.: РИЦ МГУ им. М.А.Шолохова. 2012.
- 11 Дзялошинский И.М. Экология медиапространства: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 3.
- 12 Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.
- 13 Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Медиа как пространство угроз: 15 лет в тени доктрины информационной безопасности // Электронный научный журнал «Коммуникации. Медиа. Дизайн». URL: [https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20(1).pdf)
- 14 Дзялошинская М.И. Социально ответственное поведение в Интернете: поиски модели // Вопросы теории и практики журналистики. Научный журнал. 2014. № 5.
- 15 Концепция информационной безопасности Российской Федерации (Проект): Препринт / Под ред. Д.С. Черешкина и В.А. Вирковского. – М.: Институт системного анализа РАН, 1994.
- 16 Курило А.П., Стрельцов А.А. Информационная безопасность и региональная политика РФ // Проблемы глобальной безопасности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 – февраль 1995 гг.). – М., 1995.
- 17 Медиаобразование – подробнее о программе. URL: <http://www.ifap.ru/projects/mediaed2.htm>
- 18 Морозова А.А. Медиабезопасность в эпоху информации / Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы IX Меж-

- дународной научно-практической конференции, 18-20 октября 2012 г. / Под ред. Р. П. Баканова: в 2-х т. – Т. 1. – Казань: Казан.ун-т, 2012.
- 19 Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). URL: <http://устойчивоеразвитие.рф/files/monographs/OurCommonFuture-introduction.pdf>
 - 20 Организация Объединенных Наций. Генеральная Ассамблея. A/59/525/Rev. Distr. General 2, March 2005. URL: http://publickomitet.ru/un/Resources/2/pdf/Education_1phaseRev.pdf
 - 21 Педагогический энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. С. 138.
 - 22 Поздняков А.И. Информационная безопасность личности, общества, государства // Безопасность. 1994. № 5.
 - 23 Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 21 декабря 2009 года [по докладу Второго комитета (A/64/422/Add.3)] 64/211 «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур». URL: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N09/474/51/PDF/N0947451.pdf?OpenElement>
 - 24 Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 года. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl
 - 25 Скворцов П.В. Информационная культура как условие выживания человечества // Проблемы глобальной безопасности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 февраль 1995 гг.). – М., 1995.
 - 26 Фатеева И.А. Социальные сети в аспекте медиabezопасности // Медиаобразование 2014: Сб. тезисов и статей Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) «Медиаобразование 2014. Региональный аспект» 7 октября – 9 октября 2014 г. / Под редакцией И.В. Жилавской, Е.А. Карягиной. – М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014.
 - 27 Человек в медиамире. Безопасность в массовой коммуникации. – Челябинск: Цицеро, 2005.
 - 28 Шилина М. Г. Ценностные ориентиры профессиональной медиакоммуникации в Интернете // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012.

Аннотация: Статья посвящена анализу последствий для общества и личности человека бесконтрольного развития медиаиндустрии. Показаны основные угрозы и возможные подходы минимизации этих угроз. На основе выполненно-

го анализа сделан вывод о том, что ныне существующие теоретические модели защиты от медиаугроз: теории медиабезопасности, теории медиаобразования, теории медиаэтики – нуждаются в дополнении теориями коммуникативной экологии.

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов».

Ключевые слова: медиаиндустрия, медиаугрозы, медиабезопасность, медиаобразование, медиаэтика, медиаэкология.

Лифанова Т.Ю.

К проблеме поиска индикаторов формирования медиаграмотности в образовательном процессе

В условиях развития информационной среды современного общества, глобализации и диверсификации высшего образования формирование медиа- и информационной грамотности (МИГ) выпускников казахстанских вузов становится неотъемлемым компонентом реализации компетентностного подхода в обучении.

Традиционно методы и направления медиаобразования классифицируют с позиции объекта изучения и целевой аудитории образовательных программ.

При таком подходе, прежде всего выделяют медиаграмотность (media literacy) и изучение медиа (media studies) [1]. Также возможно представить медийные технологии и как инструмент, и как объект преподавания.

Медийные технологии обладают, таким образом, двойственным образовательным эффектом. Будучи используемы в процессе обучения в рамках любой дисциплины, они расширяют возможности педагога, позволяют глубже понять ту или иную предметную область. В тоже время происходит имманентный процесс формирования медиакомпетентности обучающего, который можно определить как сверхзадачу их включения в методику реализации любых образовательных программы. Методические разработки реализующие возможности медиаобразовательных и информационных технологий в контексте изучения истории, географии, языков и т.д. а также инклюзивного образования получают все большее распространение и применяются на практике [2-4].

Важно отметить, что в современной образовательной среде казахстанских вузов наиболее перспективной представляется модель интеграции медиаобразования с дисциплинами общеобразовательного и профессионального циклов. Включение компонентов МИГ в различные дисциплины может в итоге спосо-

бствовать эффективной реализации основных задач высшего образования в плане подготовки конкурентоспособных выпускников и внедрения квалификационных требований международного уровня.

Медиаобразование в современном мире в прикладном аспекте формирует культуру использования медийных технологий, а в социальном – творческих людей, использующих преимущества коммуникативных технологий и понимающих недостатки и опасности разрастающегося медиaprостранства.

Компонентами медийной грамотности выступает критическое мышление, навыки полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обладание навыками использования различным формам самовыражения при помощи средств медиа. Именно обладание компетенциями в области МИГ делает выпускников вузов не столько объектами информационного воздействия, потребителями негативного контента «общества потребления», сколько активными субъектами инновационной образовательной, культурной, политической среды.

Медиаобразование можно разделить на следующие основные направления:

1) медиаобразование будущих профессионалов в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета – журналистов, редакторов, режиссеров, продюсеров, актеров, операторов и др.;

2) медиаобразование будущих педагогов в университетах и педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре;

3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.);

4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т.д.);

5) дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью прессы, телевидения, радио, видео, DVD, системы Интернет (здесь огромную роль играет медиакритика);

б) самостоятельное/непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека) [5].

Следует подчеркнуть, что основной упор в исследованиях ученых России направляется на детей и молодежь, и в основном на предметную медиапедагогику опосредованно формирующую необходимые компетенции. Мы в Казахстане предлагаем изучать и журналистскую составляющую в медиаобразовании и медиаграмотности [6].

В современном медиаобразовании также принята следующая классификация существующих моделей:

- образовательно-информационные модели, включающие изучение теории и истории медиа;
- воспитательно-этические модели, рассматривающие моральные, философские проблемы;
- эстетически ориентированные модели, ставящие на первое место развитие художественного восприятия и вкуса аудитории;
- модели развивающего обучения, предполагающие развитие творчества, воображения, самостоятельного мышления и т.д. [7, с 32].

Многообразие целей современного медиаобразования требует концентрации усилий педагога на определенном компоненте, наиболее эффективно коррелирующемся с предметной спецификой дисциплины. Так, если изучение технологической среды медиакommunikаций, «новых медиа», может стать частью метакомпетенций дисциплин естественнонаучного направления (например, курса «Информационно-коммуникативные технологии», и т.п.), то формирование навыков критического восприятия и анализа информации – приоритетная задача социального-гуманитарных курсов.

Важным в практическом отношении вопросом в контексте образовательного процесса являются измеряемые показатели его результативности. В-первую очередь, речь идет о системе различных компетенций: знаний, умений, навыков.

Во-вторых, на международном уровне по инициативе ЮНЕСКО проблемы формирования информационной грамотности и медиаграмотности, обсуждались в аспекте разработки соответствующих индикаторов, характеризующих готовность человека к полноценной жизни в информационном обществе.

Британские эксперты в области медиаобразования разработали, в свою очередь, модель медиаграмотности применительно к медиаобразованию, что позволило избежать нежелательной подмены понятий. Эта модель включает в себя следующие компоненты:

- медиакультура – расширение культурного / аудиовизуального опыта посредством знакомства с широким диапазоном форм и жанров медиа;
- медиакритика – развитие критических навыков анализа и оценки медиа;
- медиаторчество – развитие творческих навыков и умений использования медиа для самовыражения и коммуникации, а также для участия в обсуждении общественно важных проблем [8, с. 14].

В научной литературе обсуждаются две группы индикаторов медиа- и информационной грамотности [9, с. 88-89]:

1) Индикаторы первого уровня, предназначенные для измерения экзогенных (относящихся к окружающей среде) факторов, стимулирующих развитие медиа- и информационной грамотности. Эти индикаторы сгруппированы следующим образом:

Категория 1.1. Контекст медиа- и информационной грамотности;

Категория 1.2. Доступность и распространение информации.

2) Индикаторы второго уровня, предназначенные для измерения компетенций учителей, преподавателей, библиотекарей, учащихся и студентов в сфере медиа- и информационной грамотности. Они призваны отражать медиа- и информационные умения (навыки) людей по следующим направлениям:

Категория 2.1. Доступ / Поиск медиа и информации.

Категория 2.2. Оценка / Понимание медиа и информации.

Категория 2.3. Использование / Создание медиа и информации.

На практике достаточно часто используют следующие группы медиакомпетенций:

1. Медиаиммунитет (сформированный навык учащегося, позволяющий «защищать» себя от воздействия потенциально вредной (деструктивной, ложной) информации, направленной на манипулирование общественным сознанием);

2. Критическое мышление (компетенция, позволяющая осуществлять целенаправленный сбор и анализ информации, с учетом ее качественных характеристик (достоверность, полнота и др.), а также последующее принятие решений в условиях неопределенности социальной среды);

3. Использование медиаресурсов (умение использовать ресурсы информационно-коммуникационной среды для социально-значимых целей, выражения гражданской позиции и т.д.).

В литературе также отмечается, что третья группа компетенций, связанная с самовыражением и формированием гражданской активности наиболее выражена в так называемом неформальном медиаобразовании. Для Казахстана данный термин пока является несколько условным, поскольку применим прежде всего в станах, где уже внедрена обязательная программа МИГ в школьных и/или дошкольных учебных заведениях. Один из интересных примеров – опыт Великобритании. Определенное место в современной системе британского медиаобразования отводится так называемому неформальному медиаобразованию (informal / non-formal learning) – разным формам медиапрактики, выходящим за пределы школы, например, в местных образовательных центрах, в Интернете, в рамках общественных проектов и т.д. По мнению британских педагогов, внешкольное/внеклассное медиаобразование (в основном, практическое) имеет несомненные преимущества в плане «развития самовыражения и презентации своих идей; особенно это актуально для детей из неблагополучных семей» [10, с. 48]. Также оно призвано способствовать воспитанию будущих профессионалов в области медиа.

В 2002 г. Британский киноинститут представил отчет «Быть услышанным и увиденным», в котором были описаны основные подходы к медиапрактике в неформальном образовательном контексте в Великобритании [11]:

- Работа с молодежью (Youth Work).
- Общественная работа (Community Work).
- Детское и молодежное медиатворчество (Youth Arts).
- Коллективная видеосъемка (Participatory Video).
- Создание фильма или телепередачи (Film & Television Production).

– Кинолаборатории, мастер-классы по созданию кинофильма (Film-Making Workshops).

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

В настоящее время в КазНУ им. аль-Фараби подготовлены учебные пособия «Критическое мышление», «Медиаобразование и медиаграмотность: теория, методология, практика», учебно-методические материалы, а также ряд учебных программ для бакалавров гуманитарных специальностей высших учебных заведений и повышения квалификации преподавателей.

Подводя предварительный итог возможно отметить, что в настоящее время в Казахстане наиболее перспективным направлением развития медиаобразования является включение его в систему среднего образования, что в свою очередь требует переподготовки педагогов, а также открытия учебных программ или направлений специализации по медиапедагогике.

Литература

- 1 International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds. N.J.Smelser & P.B.Baltes. – Oxford, 2001. – 9494 p.
- 2 Богатенкова, Н.В., Муштавинская, И.В. Технология развития критического мышления на уроках истории и краеведения. – СПб: СПб. гос. ун-т пед. мастерства, 2001. – 79 с.
- 3 Бобкова, Т.В. Использование медиаобразовательных и информационных технологий на уроках развития речи // Образовательные технологии XXI века / Ред. С.И.Гудилина, К.М.Тихомирова, Д.Т.Рудакова. – М., 2006. – С. 97-105.
- 4 Бриллинтлова, Е.В. Использование медиаобразовательных приемов в классе коррекционно-развивающего обучения // Образовательные технологии XXI века / Ред. С.И. Гудилина, К.М. Тихомирова, Д.Т. Рудакова. – М., 2004. – С. 337-339.
- 5 Федоров, А.В. Модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла // Инновации в образовании. – 2007. – № 7. – С. 107-116.
- 6 Ахметова, Л.С. Гендер, медиаграмотность и медиаобразование: проблемы и перспективы. // Гендерные аспекты социальной модернизации об-

- щества: материалы международной научно-практической конференции. – Ал-маты: Казак университети, 2012. – С. 287-291
- 7 Чельшева И.В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе / Под ред. А.В. Федорова. Таганрог: Изд. центр Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. 320 с.
 - 8 Bazalgette, C. Whatever Next? Media Learning 1972 – 2008. BFI Media Studies Conference, July 2006. London, 2006. <http://www.carybazalgette.net/Media%20Conf%202006.pdf>. 15.10.2016 г.
 - 9 Гендина, Н.И. Индикаторы медиа- и информационной грамотности и проблемы их разработки: первое международное совещание ЮНЕСКО // Библиосфера. – 2011. – № 1. – С. 88-89.
 - 10 Buckingham, D. The Media Literacy of Children and Young People. – London, 2004. – 218 p.
 - 11 Федоров, А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в Британии, Северной Ирландии, Шотландии в начале XXI века // Медиатека и мир. – 2008. – № 2. – С. 87-94

ГЛАВА II

СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

УДК 378.02:37.016

Ахметова Л.С.

Труд журналиста: SWOT-анализ

В рыночных условиях должна быть соответственная журналистика, но в отношении СМИ это не должно означать продажность всей журналистики. Рынок диктует продажу труда журналиста, его достойную оплату и социальную защиту.

Взяв, в основном, американскую модель менеджмента в государственном масштабе, мы эту систему привнесли и в реформирование СМИ.

Оглядываясь на этот период и подводя юбилейный итог, посвященный 25-летию независимости Республики Казахстан, можно смело сказать, что проделан огромный рывок в развитии рыночных отношений СМИ.

Разнообразен спектр средств массовой информации. Множество газет и журналов, радио и телеканалов, самых различных периодических изданий, выход в Интернет, доступ к информации.

Это достойный вклад в копилку достижений 25 лет независимости.

Трудно оценить эту реальность, невозможно подсчитать эффект произведенных перемен.

Факт имеет место. И этот факт в том, что за 25 лет мы смогли сделать то, что некоторым не удалось за этот период сделать.

Однако каждая реформа имеет свое развитие, и, естественно, свои положительные и отрицательные стороны. Это нормальное явление. При любом реформировании должна разрабатываться концепция развития СМИ, где рассматриваются все вопросы, в том числе и оплаты труда журналистов. Стала очевидной разная конкуренция. Множество СМИ открывалось, и, выпустив иногда даже один только номер, закрывалось. Мы многое не учитывали.

Но многие пробовали себя в этой среде. Кто-то выжил, а большинство сгорело в гонке конкуренции. В принципе, так было везде. Конечно, у нас были свои местные отличия. И это тоже очевидно и было везде.

В 1996 году впервые появился предмет на факультете журналистики «Менеджмент и СМИ, позже он был преобразован в «Менеджмент СМИ», затем в «Менеджмент и маркетинг СМИ, сейчас имеется и другой курс «Менеджмент и маркетинг современных коммуникаций».

Мне довелось первой читать данный курс в далеких 90-х годах. А затем и издать первое учебное пособие в Казахстане «Журналистика и менеджмент».

16 лет назад в год 10-летия юбилея независимости на факультете журналистики проходила научная конференция. Я выступила с докладом по SWOT – анализу СМИ и труда журналиста. Поскольку я всегда инноватор, на меня уже давно махнули рукой, и председательствующий, зачитывая название моего доклада, сказал, мы не знаем, что это такое, но раз профессор хочет нам что-то сказать, то пусть скажет. То есть милостливо мне разрешили. Действительно, тогда в наш лексикон только-только входили разные иностранные слова экономического и иных профилей. Сегодня этим не удивишь. И SWOT – анализ присутствует везде, в любых государственных, экономических, производственных, общественных документах самого разного уровня.

И все же к делу...

Существуют материальное и духовное производства. Журналистика относится ко второму виду.

Производитель – журналист. В нашей профессии необходимо использование специфических средств производства, орудий труда, методов, способов, приемов.

Объект – социальная информация.

Продукция – журналистская информация, которая представляет собой социальную отработанную информацию, и ее быстрейшее поступление к потребителю. Эта информация должна быстро восприниматься и оказывать воздействие на потребителя.

Потребление создает потребность в новом производстве, определяет возникновение внутренне побуждающего мотива

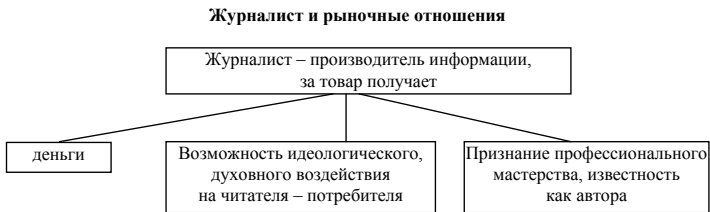
производства, который является его предпосылкой. Без потребности в каком-либо продукте нет его производства. Но именно потребление этого продукта воспроизводит потребность в нем (Карл Маркс).

Таблица 1



Для товара необходим потребитель – это люди, покупающие информацию. Так возникают рыночные отношения.

Таблица 2



Существует диалектический характер между производством и потреблением.

Предметом потребления являются газеты, журналы, телевизионные и радиоканалы, интернет, социальные сети, несущие информацию.

Получатели – читатели, телезрители, радиослушатели – аудитория.

Рост аудитории является стимулом развития журналистики, так усиливается потребность в ней, и наоборот, чем быстрее развивается журналистика и ее средства, тем более массовой становится их аудитория.

Рост потребностей в информации, ее производства и потребления формирует и регулирует информационный рынок, на который выходят СМИ.

Журналистика в системе экономики связана и с необходимостью производства носителей информации и технических средств, обеспечивающих ее доставку потребителям:

1. Производство бумаги.
2. Производство техники электронных СМИ.
3. Полиграфические комбинаты.

Таким образом, имеется разветвленная система материально-го производства, связанного с журналистикой, которая должна развиваться и непрерывно совершенствоваться.

Журналист не может сосредоточиться только на духовном творчестве, зачастую большую часть времени он должен уделить решению организационных проблем в создании и продвижении своего товара – материалу для средств массовой информации.

В программе курса «Менеджмент и маркетинг современных коммуникаций» мы уделяем большое внимание журналистскому труду, его защите и оплате, его мотивации. На нескольких занятиях мы рассматриваем SWOT-анализ ресурсов в СМИ при стратегическом планировании, при анализе труда серьезное внимание уделяется SWOT-анализу труда журналиста.

По окончании курса многие студенты говорят и пишут о том, что лекция и семинарское занятие по SWOT-анализу позволило на многие стороны журналистского труда взглянуть по иному, утвердиться в своей цели, определить свои задачи и, главное, позитивно отметить многие казалось бы невозможные реалии нашего времени.

Итак, вначале определим, что же такое SWOT-анализ, а затем непосредственно перейдем к труду журналистов.

Приступая к любому делу или проводя мониторинг, менеджеры рекомендуют рассмотреть работу с разных точек зрения: сильных и слабых сторон этой деятельности, возможностей и угроз. Такая работа выполняется в рамках квадрата, который позволяет очень четко и ясно представить картину будущего или прошлого. Прошлое нам также необходимо для того, чтобы мы

не повторяли ошибок, а главное имели наиболее яркие картины и решение проблем в будущем.

Итак рассмотрим непосредственно что же такое SWOT-анализ

Таблица 3

SWOT – анализ

S-сильные стороны	W- слабые
O- возможности	T- угрозы

От экономических условий труда журналистов зависит многое. Что же приобретает и что теряет журналист в современных рыночных условиях? Для этого нам необходим SWOT-анализ труда журналиста. Эту таблицу заполняем все вместе на семинарском занятии.

Таблица №4

SWOT – анализ труда журналиста

Strong – сильные	Weak – слабые
1. возрастает его свобода; свобода выбора 2. защита закона; 3. расширение творческих возможностей, самовыражения; 4. упрочение финансовой и материальной базы; 5. моральное признание; 6. авторитет свой и редакции; 7. полезность; 8. улучшение условий труда; 9. организация отдыха, медицинского обслуживания; 10. чувство уверенности в завтрашнем дне; 11. контракт; 12. владение большой информацией.	1. самоцензура; 2. подчинение законам редакции; 3. контракт; 4. возможная потеря чувства уверенности в своем будущем; 5. сокращение; 6. возможность нерентабельности выпуска издания; 7. потеря иллюзий; 8. разочарование; 9. экономическая цензура; 10. возникновение новых барьеров; 11. стресс; 12. погоня за финансовым благополучием.
O – возможности	T – угрозы

<ol style="list-style-type: none"> 1. можно отстоять свое мнение; 2. опубликовать отвергнутый материал в другом издании; 3. дороже продавать свой труд; 4. в контракте все оговаривать; 5. перейти работать в другое издание; 6. работать в нескольких изданиях; 7. продолжать обучение – приобретение нескольких специальностей; 8. дальнейшая интеллектуализация деятельности журналиста; 9. использование новых технических средств; 10. оптимизация организации своего труда; 11. творческое соревнование в условиях жесткой конкуренции; 12. возрастание ответственности перед читателями. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. духовное и физическое здоровье; 2. уменьшение количества сотрудников в СМИ; 3. стресс; 4. постоянная мобильность и оперативность; 5. необходимость использования новых технических средств; 6. естественный отбор; 7. ответственность перед законом (моральный и материальный ущерб); 8. безнравственность; 9. цинизм и равнодушие к людям; 10. погоня за сенсацией; 11. работа в желтой прессе; 12. искажение информации.
---	--

Таблица №5

SWOT – АНАЛИЗ

На примере студенческой газеты

<p>S – сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. энтузиазм 2. решительность 3. смелость 4. упорство 5. выдержка 6. общение 7. партнерство 8. взаимопонимание 9. самосовершенствование 10. новаторство 11. отсутствие конкурентов 12. журналистский навык 13. самокритичность 14. объективность в оценке собственной работы 15. сбор материалов со всех факультетов и даже других вузов 16. содержание (смысл, разножанровость) 17. оформление 18. название 19. главный редактор 	<p>W – слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. неорганизованность 2. сбор материала (пассивность) 3. отсутствие стартового капитала 4. отсутствие финансов 5. отсутствие материальной базы 6. высокая себестоимость 7. высокая цена газеты 8. правовая неграмотность 9. недоверие 10. пренебрежение к газете и к людям, работающим в редакции 11. отсутствие поощрения 12. отсутствие вознаграждения 13. отсутствие презентации 14. отсутствие рекламы 15. отсутствие конструктивной критики 16. оформление 17. усталость
--	---

<p>О – возможность</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. энтузиазм 2. реализация творческого потенциала 3. самореализация 4. заявка о себе 5. выход «в люди» 6. практика 7. выполнение курсовой работы 8. поиск корректора 9. поиск рецензентов 10. поиск спонсора 11. участие всего университета 12. расширение 13. создание архива 14. рекламная деятельность 15. поднятие рейтинга 16. презентация 17. отдельный кабинет 	<p>Т – угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрытие газеты 2. отказ в финансировании 3. периодичность 4. цензура 5. конфликты 6. боязнь давления сверху 7. страх 8. стресс 9. сопротивление 10. зависть 11. менталитет 12. меркантильность 13. нереализованность материала 14. разочарование 15. «прекрасная возможность» нажить врагов
--	---

В 4 и 5 таблице в любом пункте можно добавлять и убирать все, что считает на момент составления таблиц журналист или в нашем случае студент важным и необходимым сегодня и сейчас.

Перед Вами два SWOT-анализа, подготовленные общими усилиями студентов, среди которых были и имеющие практический стаж работы. Есть прекрасная возможность сравнить ценности и приоритеты, сильные и слабые стороны. Можно увидеть общее:

S – самосовершенствование, самовыражение, новаторство, свобода выбора.

W – разочарование, усталость, подчинение, сокращение, самоцензура.

O – работа в нескольких изданиях, приобретение нескольких специальностей, заявка о себе, реализация творческого потенциала.

T – конфликты, искажение информации, цинизм, безнравственность.

Отметим и различия:

Упрочение финансовой и материальной базы, рекламная деятельность может быть как сильной стороной, так находиться и в возможностях.

Погоня за финансовым благополучием, стресс, неустойчивость может стать угрозой, так находится и в слабых сторонах.

Анализируя полученный материал мы можем сделать вывод о том, что некоторые предложения повторяются как в сильных, так и в слабых сторонах, как в возможностях, так и в угрозах. Большинство предложений может плавно переходить из одной группы в другую, повторяться, иметь все стороны SWOT-анализа в одном. Это может быть и плюсом, так и минусом в зависимости от личности журналиста, его опыта, таланта, умение знать себе цену.

Проблемами в SWOT-анализе являются то, что нет серьезных исследований в этой области, нет анализа, нет теории и практики этой деятельности в Казахстане, обобщенной в трудах исследователей. До сих пор не отработаны многие вопросы труда журналистов, его оплаты и социальной защиты.

Защита журналистов является зачастую их личной проблемой. их самозащитой. Нет отдельного профсоюза журналистов, хотя попытки создания имели место.

Правовые нормы труда и защиты журналистов разработаны, однако механизмы реализации еще требуют наладки.

Нет прецедентов в осмыслении многих и многих вопросов учеными в области журналистики, хотя практическая деятельность СМИ уже имеет опыт более двух десятков лет современного развития.

В Республике Казахстан должен быть журнал по теории, методологии, методам работы и истории журналистики, менеджменту и маркетингу СМИ и анализа журналистского труда.

Нужна Ассоциация преподавателей-журналистов.

Планы большие. Перспективы обнадеживают. Будущее за первым факультетом журналистики. Нам всех объединять, нам стоять во главе реформ, как в обучении журналистов, так и в менеджменте и маркетинге СМИ.

Аннотация: В статье освещена практическая деятельность студентов на одном из лабораторных занятиях по курсу «Менеджмент и маркетинг современных коммуникаций» на факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби.

Ключевые слова: SWOT – анализ, труд, журналист, медиа, электронные медиа, интернет, менеджмент, маркетинг, обучение, планирование.

Akhmetova L.S.

Work of journalists: SWOT – the analysis

Abstract: Practical activities of students on one of laboratory researches at the rate «Management and marketing of modern communications» at faculty of journalism of Kazakh national University of al-Farabi are covered in article.

Key words: SWOT – the analysis, work, the journalist, media, electronic media, the Internet, management, marketing, training, planning.

Ахметова Л.С

Журналистердің жұмысы: SWOT-талдауы

Аңдатпа: Мақалада Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-нің журналистика факультетінде «Қазіргі заманғы коммуникация Менеджмент және маркетинг» курсына зертханалық сабақтардың бірінде студенттердің практикалық қызметі көрсетілген.

Түйін сөздер: SWOT-талдау, еңбек, журналист, медиа, электронды БАҚ, интернет, менеджмент, маркетинг, оқыту, жоспарлау.

Дзялошинская М. И.,
Лукашова А. В.

**Соблюдают ли российские журналисты
принципы профессиональной этики:
результаты эмпирического исследования**

Актуальность изучения этического регулирования медийного производства объясняется тем, что стремительное развитие информационных технологий на излете XX века открыло новую эру для всех видов коммуникации. Каждое техническое обновление средств передачи информации выводило общественную коммуникацию на новый уровень. Письменность, гонцы, регулярная почта, книгопечатание, периодическая пресса, телеграф, телефон, радио, телевидение, факсимильная и спутниковая связь – все это вызывало новый коммуникационный скачок, обуславливая еще большую зависимость общественной жизни от динамики коммуникационных процессов. В этом смысле то, что мы наблюдаем сегодня в ходе формирования информационного общества, не является абсолютно новым. Просто по сравнению с прежними инновациями в коммуникационных технологиях нынешние события разворачиваются на еще более высоком уровне, с гораздо более широкомасштабными и глубокими последствиями для общественной жизни.

Пытаясь решить возникающие в этой среде проблемы, профессиональные сообщества разрабатывают специальные кодексы. Можно назвать большое количество публикаций, посвященных проблемам этического регулирования деятельности журналистов [1; 2; 3; 4; 7; 9; 10; 11; 13; 14 и др.], специалистов по связям с общественностью, профессионалов рекламной сферы. В работе Р. Капурро «Информационная этика» [8] представлен глубокий анализ и существующей литературы, и проблем, возникающих в сфере этического регулирования Интернета. Однако серьезных эмпирических исследований применения этических кодексов в профессиональной коммуникационной деятельности

обнаружить не удалось. В данной статье представлены результаты экспертной оценки соблюдения российскими журналистами требований Медиаэтического стандарта, разработанного Общественной коллегией по жалобам на прессу [12].

Для определения уровня этичности различных российских СМИ как печатных, так и электронных (в том числе транслируемых ими передач и работы популярных ведущих) было проведено пилотное исследование с использованием базового принципа метода семантического дифференциала. Студентам четвертого (выпускного) курса факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, изучавшим дисциплину «Профессиональная этика журналиста», было предложено оценить степень соответствия деятельности и продукции любого выбранного ими медиаресурса (предпочтительно такого, в котором они работают или проходили практику) принципам этики, зафиксированным в Медиаэтическом стандарте, по шкале от +3 (максимальная степень соответствия) до -3 (минимальная степень соответствия). Формулировки принципов и перечень индикаторов приведены в *табл. 1*.

Таблица 1

**Принципы и их индикаторы,
по которым проводилась оценка этичности российских СМИ**

Номер принципа	Формулировка принципа	Индикаторы принципа
	Обеспечение права граждан на информацию.	<ul style="list-style-type: none"> • Адекватность представленной в СМИ картины мира; • оперативное освещение событий; • препятствование немотивированному сокрытию общественно значимой информации.
	Социальная ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> • Понимание информации как общественного блага; • честное отражение объективной реальности; • понимание последствий публикаций (передач).

Продолжение таблицы 1

Номер принципа	Формулировка принципа	Индикаторы принципа
	Профессиональная ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> • Понимание профессиональной ответственности; • готовность следовать профессиональным стандартам; • отделение журналистики от всего, что ею не является (например, рекламы и PR).
	Добросовестное освещение событий.	<ul style="list-style-type: none"> • Непредвзятость, отсутствие тенденциозности подхода и позиции; • размещение только проверенной информации; • отчетливое разделение факта и комментария.
	Профессиональная честность.	<ul style="list-style-type: none"> • Свобода морального выбора и ответственность за его результат; • защита имени конфиденанта; • предотвращение конфликта интересов; • добросовестное отношение к допущенной ошибке и ее исправлению.
	Уважение частной жизни и человеческого достоинства.	<ul style="list-style-type: none"> • Приоритет прав человека; • уважение достоинства личности; • моральный запрет на использование информации, способной подорвать репутацию человека или запятнать его честь.
	Уважение и защита многообразия культур.	<ul style="list-style-type: none"> • Сверка профессиональных ценностей с общецивилизационными; • противостояние падению общественной морали и нарушению принципов гуманизма профессиональными средствами как защита общественного блага.
	Защита права на свободу слова.	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация права граждан на выражение мнений через СМИ; • предоставление права на ответ.

Всего в ходе исследования было собрано и обработано 196 бланков, в которых проанализировано:

- 30 периодических изданий (15 газет, 15 журналов);
- 13 телевизионных ресурсов (9 телеканалов в целом, 15 отдельных передач, 6 телеперсон);
- 3 радиостанции;

– 23 интернет-ресурса (14 интернет-порталов, 9 сетевых СМИ);

– 3 информационных агентства.

Ситуация, при которой студенты сами выбирали СМИ для анализа, дала возможность получить дополнительную информацию, связанную с информационными предпочтениями молодых людей. Так, например, наибольшее количество бланков было заполнено по интернет-ресурсам, в частности таким, как «Лайф» и «Медуза», а из всего большого количества журналистов и ведущих, работающих на российском телевидении, были выбраны именно те персоны, с которыми ассоциируются не только передачи, которые они ведут, но и – нередко – телеканалы в целом.

Переходя к результатам проведенного исследования, прежде всего следует сказать, что в целом оценки уровня этичности, выставленные участниками исследования различным медиаресурсам, далеки от идеальных (*табл. 2*).

В целом по всему массиву средняя оценка уровня этичности проанализированных медиа составила +0,9 (максимально возможная оценка +3). На *рис. 1* видно, что самые высокие оценки были получены по принципам № 1 «Обеспечение права граждан на информацию»; № 7 «Уважение и защита многообразия культур» и № 8 «Защита права на свободу слова» (+1,4; +1,3; +1,3 соответственно). Все эти принципы носят общий, точнее – конституционный – характер и закреплены в информационном праве. То есть этическая составляющая данных принципов подкреплена законодательной основой деятельности медиа-акторов, и их неисполнение может повлечь за собой не только моральные, но и правовые последствия. Поэтому есть основания полагать, что именно такой двойственный характер данных принципов заставляет журналистов более «трепетно» относиться к их соблюдению. Кстати, к этой же группе можно причислить и принцип № 6 «Уважение частной жизни и человеческого достоинства», который, несмотря на это, получил одну из самых низких оценок (+0,5 в целом по массиву). Причем характерно, что самое низкое значение из всех видов медиаресурсов этот принцип «заработал» на телевидении (*рис. 3*). Такое положение дел также вполне объяснимо.

Таблица 2

**Данные о соблюдении принципов этики
(средние оценки)**

Медиаресурсы	Принципы								Средняя оценка по всем принципам (уровень этичности)
	1	2	3	4	5	6	7	8	
ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ	1,4	0,8	0,3	0,4	1,6	0,7	1,5	1,5	1,0
ГАЗЕТЫ	1,2	0,6	0	0,1	1,2	0,4	1,1	1,5	0,8
ЖУРНАЛЫ	1,7	1,0	0,5	0,7	2,0	1,0	1,9	1,6	1,3
Массовые журналы	1,1	-0,4	-1,3	-1,1	1,4	-0,1	0,9	1,4	0,2
Качественные журналы	2,3	2,1	2,2	2,2	2,5	1,9	2,8	1,8	2,2
ТЕЛЕВИДЕНИЕ	1,0	-0,1	0	-0,6	0,1	-0,2	0,9	1,0	0,3
ТЕЛЕКАНАЛЫ	1,1	0,9	0,7	0,2	0,8	0,4	1,6	1,3	0,9
ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ	1,1	-0,4	-0,3	-0,7	0	0,3	0,9	0,6	0,2
Информационно-разговорные телепередачи	1,3	0,3	1,2	-0,2	1,2	1,0	1,4	-0,4	0,7
Развлекательные телепередачи	0,7	-1,5	-1,1	-1,6	-1,7	-2,4	0	2,1	-0,7
ТЕЛЕПЕРСОНЫ	1,3	0,1	-0,4	-0,6	0,4	-0,5	0,7	1,6	0,3
РАДИО	3	2,5	2,0	3,0	3,0	2,5	3,0	2,5	2,7
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	1,8	1,4	1,2	0,8	1,6	1,3	1,7	2,0	1,5

Продолжение таблицы 2

Медиаресурсы	Принципы								Средняя оценка по всем принципам (уровень этичности)
	1	2	3	4	5	6	7	8	
ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛЫ	1,7	1,3	1,2	0,9	1,6	1,5	2,0	1,9	1,5
СЕТЕВЫЕ СМИ	1,8	1,5	1,3	0,6	1,6	0,9	1,3	2,1	1,4
ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА	1,9	0,2	0,1	0,4	1,7	0,2	1,7	-0,1	0,8
ВСЕ МАССИВ	1,4	0,6	0,5	0,2	1,1	0,5	1,3	1,3	0,9

Сошлемся на статьи «Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов» [5] и «Журналистские кодексы и журналистская практика: непересекающиеся параллели?» [6], в которых приводятся результаты исследований, проведенных по одной и той же методике в 2011 и в 2016 годах с целью выявить наиболее часто встречающиеся нарушения журналистской этики. Итоги этих исследований наглядно продемонстрировали, что в число безусловных лидеров вошли такие «грехи», как «вторжение в частную жизнь», «разрушение моральных устоев» и «травматизация психики людей». То есть эти, с позволения сказать, способы привлечения внимания аудитории, к сожалению, уже превратились в неотъемлемую часть профессионального инструментария современных российских журналистов и не трактуются ими в качестве этических прегрешений.

Что касается более конкретно-нравственных принципов №№ 2, 3, 4 и 5, предполагающих наличие у журналистов ответственности, добросовестности и честности при выполнении своих профессиональных обязанностей, то, как свидетельствуют *табл. 2* и *рис. 1*, в наибольшей степени в проанализированных медиаресурсах присутствует профессиональная честность (+1,1).

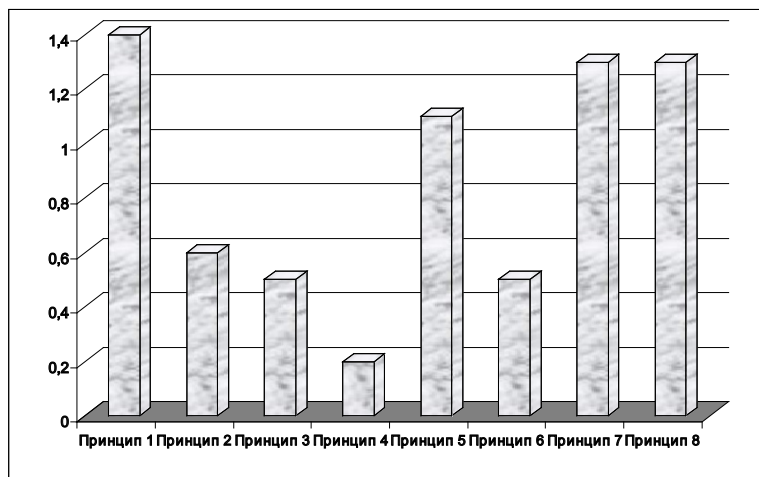
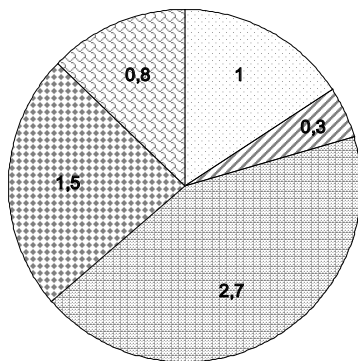


Рисунок 1 – Оценка степени соответствия этическим принципам по всему массиву

Наиболее высоко (+2,7) был оценен уровень этичности проанализированных радиостанций (рис. 2). Однако, справедливости ради, необходимо отметить, что в поле анализа попали радиостанции «Бизнес FM», «Коммерсант FM» и «Эхо Москвы», которые и по другим профессиональным критериям отличаются высоким уровнем. Аутсайдером оказалось телевидение (+0,3). Причем основной силой, тянущей данное СМИ в отрицательное поле оценки этичности стали – никого этим не удивив – развлекательные передачи, получившие среднюю оценку -0,7. Отличились в негативном плане и некоторые телевизионные персоны, получившие минусовые оценки степени своей этичности и, соответственно, тех передач, которые они ведут по принципам № 3 «Профессиональная ответственность» (-0,4); № 4 «Добросовестное освещение событий» (-0,6); № 6 «Уважение частной жизни и человеческого достоинства» (-0,5).



□ Периодические издания □ Телевидение □ Радио □ Интернет-ресурсы □ Информационные агентства

Рисунок 2 – Соотношение уровня этичности различных видов медиаресурсов

Среди периодических изданий, как и следовало ожидать, наиболее высокие баллы получили качественные журналы (средняя оценка по всем принципам +2,2). Достаточно сильные позиции качественных журналов по всем этическим принципам перевесили минусовые оценки этического облика массовых журналов по принципам № 2 «Социальная ответственность» (-0,4); № 3

«Профессиональная ответственность» (-1,3); № 4 «Добросовестное освещение событий» (-1,1); № 6 «Уважение частной жизни и человеческого достоинства» (-0,1) и позволили журналам в целом получить средний балл +1,3, опередив таким образом газеты, получившие средний балл +0,8.

Что касается интернет-ресурсов, то следует отметить, что, несмотря на большие претензии, которые высказываются в их адрес и теоретиками, и практиками, и чиновниками, и законодателями, проведенное исследование продемонстрировало, что этот медиаресурс оказался на втором месте по уровню этичности, опередив и периодические издания, и телевидение, получив средний балл +1,5 (см. рис. 2). При этом и выделенные при анализе составные части этого ресурса: интернет-порталы и сетевые СМИ (*для целей данного исследования – медиа, размещенные только в Интернете и не являющиеся представительствами традиционных СМИ*) – получили такие же оценки уровня своей этичности. Однако нельзя не отметить, что минимальные баллы были получены ими по принципу № 4 «Добросовестное освещение событий» (+0,9 и +0,6 соответственно). Таким образом была подтверждена основная претензия, предъявляемая в большинстве случаев к интернет-ресурсам (рис. 3).

Особняком в данном анализе стоят информационные агентства, которые занимают двойственное положение в системе современных медиаресурсов. С одной стороны, информационные агентства создавались и существуют для того, чтобы снабжать оперативной информацией редакции масс-медиа. С другой – в соответствии с Законом о «СМИ» на них распространяется правовой режим средства массовой информации. Да и на практике современные информационные агентства уже не рассматриваются только как элементы медийной инфраструктуры, а позиционируются как самостоятельные субъекты коммуникационного взаимодействия. В настоящее время информационные агентства формируют не только материалы для дальнейшего использования журналистами, но и готовые публикации и сюжеты. В число своих подписчиков агентства стали включать, кроме СМИ, ведомства, организации, физических лиц. Видимо, поэтому в массив анализируемых медиаресурсов попали и информационные агентства, средний уровень этичности которых составил +0,8. Самый

высокий балл (+1,9) вполне обоснованно заслужило соответствие деятельности агентств принципу № 1 «Обеспечение права граждан на информацию». Самой низкой (-0,1) оказалась оценка соответствия проанализированных информагентств принципу № 8 «Защита права на свободу слова» (см. рис. 3). Такую ситуацию можно объяснить тем, что в числе оцениваемых оказались два агентства – «Россия сегодня» и «ТАСС», – которые являются трансляторами точки зрения российского государства, то есть, можно сказать, ангажированными источниками информации, и только одно негосударственное информационное агентство «Regnum».

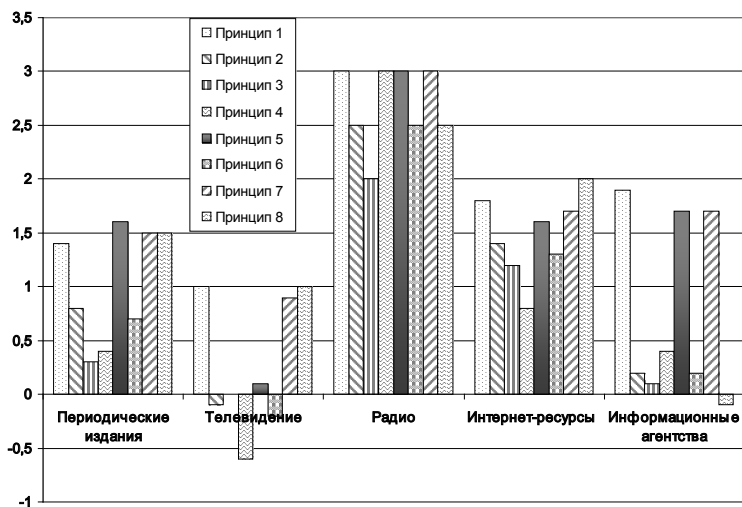


Рисунок 3 – Степень соответствия этическим принципам различных видов медиаресурсов

Подводя промежуточные итоги выполненного исследования, можно сформулировать следующие выводы.

Регулированием процессов, происходящих в сфере массовых коммуникаций, занимаются органы государственной власти, собственники медиаресурсов, различные негосударственные и корпоративные структуры, имеющие возможность влиять на си-

туацию в медиапространстве. Профессиональные сообщества (журналистов, рекламистов, пиарщиков) также начинают активно заниматься саморегулированием собственной деятельности. Однако многообразие таких сообществ, плохая координация их усилий в этой сфере затрудняют создание системы авторитетного самоуправления.

Что касается индивидуальной ответственности журналиста за результаты своей деятельности, то здесь тоже не должно быть особых иллюзий. Высокая степень административной и финансовой зависимости СМИ от власти и крупного бизнеса при практически полном равнодушии общества к проблеме свободы СМИ, неблагоприятный режим функционирования масс-медиа не дают журналистам возможности брать на себя ответственность за результаты своей деятельности и приводят к явлению, которое можно назвать этической амнезией.

Все это свидетельствует о том, что есть необходимость проводить регулярный мониторинг соблюдения журналистами (в скобках заметим – и специалистами по связям с общественностью, и профессионалами рекламной сферы) основных этических норм. Предоставление общественности результатов такого мониторинга позволит подвести надежный фактологический фундамент под этический дискурс коммуникационной сферы в целом и медийного сегмента, в частности.

Литература

- 1 Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М., 1999.
- 2 Бакштановский В., Согомонов Ю. Моральный выбор журналиста. – Тюмень, 2002.
- 3 Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста. – М., 2017.
- 4 Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М., 2016.
- 5 Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2011. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/952>
- 6 Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Журналистские кодексы и журналистская практика: пересекающиеся параллели? // Гуманитарный вектор. Серия «Филология». 2016. – Том 11. – № 5. – С. 100-109.

- 7 Казаков Ю.В. На пути к профессионально правильному. Российский медиа-этнос как территория поиска. М., 2001.
- 8 Капурро Р. Информационная этика // Информационное общество. 2010. № 5. URL: http://www.capurro.de/infoethics_russian.html
- 9 Короченский А.П. Профессионально-этическое регулирование журналистской деятельности (зарубежный опыт). Ростов н/Д., 1999.
- 10 Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 2011.
- 11 Ламбет А.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998.
- 12 Медиаэтический стандарт. URL: <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015>
- 13 Правовые и этические нормы в журналистике / Сост. Е.П. Прохоров, Г.М. Пшеничный, В.М. Хруль. М., 2004.
- 14 Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы / Сост. Ю.В. Казаков. М., 2002.

Аннотация: В статье на основе данных проведенного авторами эмпирического исследования рассматривается степень соблюдения различными российскими СМИ как печатными, так и электронными основных принципов профессиональной этики, закрепленных в Медиаэтическом стандарте. Показано, что оценки уровня этичности, выставленные участниками исследования различными медиаресурсам, далеки от идеальных.

Ключевые слова: профессиональная этика журналиста, принципы профессиональной этики, этический дискурс коммуникационной сферы.

Негизбаева М.О.

«Казахстанский Путь» и СМИ: тандем в вопросах укрепления стабильности

Журналистика, являясь массовым продуктом и осуществляя общественные коммуникации, сыграла важную роль в процессе становления и развития демократических преобразований в республике. Информировав общественность о стратегии развития, целях и задачах суверенного Казахстана, средства массовой информации стали проводником политических и экономических идеи государства. Грамотная и своевременная подача информации в период становления информационного рынка способствовала укреплению стабильности и формированию благоприятного общественного мнения о новом статусе республики. Таким образом, казахстанская журналистика внесла весомый вклад в формирование гражданского общества и стала важнейшим фактором в его становлении.

Роль журналистики в современном обществе заключается не только в информировании общественности, но и в осуществлении важных социальных коммуникативных действий – формирует жизненные ценности и общественную культуру, воспитывает и просвещает молодое поколение, обеспечивает досуг населения, пропагандирует здоровый образ жизни, оказывает психологическое воздействие при происходящих в республике процессах и событиях.

В силу быстрых темпов развития информационного рынка и большого количества информации появилась потребность в еще более качественной, интересной и интерактивной журналистике. Медиарынок стал необходимой составляющей товарного рынка, вследствие чего сформировалась конкурентоспособная рекламно-информационная среда. С приобретением независимости информационное пространство Казахстана стало рассматриваться не только как средство коммуникации и канал передачи информации, но и как бизнес. Если раньше

в казахстанской журналистике властвовали средства идеологического воздействия, то теперь – рыночная политика. Многообразие форм собственности и автономная экономическая политика способствовали развитию частных медиапредприятий.

Компоненты информационного рынка, а именно средства массовой информации, представляют собой организации с определенной философией, миссией и намеченными целями. Как и любая организация, редакция СМИ стремится добиться успеха, достичь целей и быть полезной для страны и общества. Успех и достижение цели в медиабизнесе являются синонимами. Показатель объема продаж и дохода в медиабизнесе не всегда являются критерием успешности СМИ. Когда средство массовой информации становится прибыльным, и это являлось основной целью данного масс-медиа, то можно считать его успешным. Если же СМИ имеет другие цели, например, выйти на мировую информационную арену, а это еще не состоявшийся факт, значит цель еще не достигнута, и в данном случае медианоситель нельзя назвать вполне успешным.

Управление – это процесс распределения и движения ресурсов в организации с заранее заданной целью, по заранее разработанному плану и с непрерывным контролем результатов деятельности [1].

В настоящее время трудно назвать более важную и многогранную сферу деятельности, чем управление, или менеджмент, от которого в значительной мере зависят и эффективность производства и качество.

Одной из задач медиауправления на сегодняшний день является организация публичного диалога по вопросам реализации стратегии будущего Казахстана.

На современном этапе необходимо исследовать и обобщить богатый опыт Казахстана в реализации успешного, планомерного и созидательного движения вперед государства с наиболее неустойчивым уровнем экономики на период 90-х годов XX столетия. Экспертами признается тяжелое состояние экономики, в котором оказался Казахстан в тот период. Функциональный потенциал страны был крайне невысок, статус сырьевого придатка, дезактуализация крупных промышленных гигантов, переустройство мировой экономики привели Казахстан к уровню

стран третьего мира. Однако за последующие 20 лет наша страна сумела не только выйти на уровень высокоразвитых стран, войти в 50 наиболее успешных экономик мира, но и сохранить внутривластическую стабильность и международное согласие. Феномен этого пути требует детального изучения, более того – способен стать основополагающей идеологией, способной цементировать достижения и противостоять внешним и внутренним угрозам самого разного характера.

Как известно, на проведение государственной политики в СМИ тратятся огромные средства. По данным ОФ «Правовой Медиа-центр», в 2015 СМИ Казахстана выделено почти 43 млрд. тенге госзаказа [2]. Лидерами по освоению госзаказа стали ТРК Казахстан и Хабар, АО «Казтелерадио», АО Республиканские газеты «Егемен Қазақстан» и «Казахстанская правда», ТОО «Қазақ газеттері».

Перед Казахстаном, обретшим суверенитет в результате распада советской системы, стоит задача интеграции общества, укрепления и сохранения территориального, полиэтнического единства в рамках одного государства. Опыт некоторых государств СНГ показывает опасность и разрушительные последствия утраты четких ориентиров, идей и ценностей созидательного консенсуса, формируемого цементирующей идеологией государства, заинтересованного в продвижении единой политической, экономической и национальной идеи, объединяющей все слои общества. Платформой и основой такого процесса могут и должны стать средства массовой информации.

Представляется, что в реальной политической жизни ни один из этих вариантов в чистом, «рафинированном» виде практически не встречается. В то же время специальные принципы государственной информационной политики, порождаемые политической практикой, базируются на комбинации указанных возможностей субъектов информационного взаимодействия государства и общества.

Таким образом, информационная поддержка государственной идеологии «Казахстанский Путь» представляет собой согласованную по времени, силам и целям деятельность субъектов реализации государственной политики в течение относительно длительного времени, направленную на решение среднесрочной

или краткосрочной политической задачи. В этой связи проявляется важность и необходимость согласованной и общепринятой стратегической программы поддержки государственной идеологии «Казахстанский Путь», представляющей собой комплекс увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам научно-исследовательских, производственных, социально-экономических, организационных и иных мероприятий информационной политики [3].

Важно понимать, что реализация прогрессивных стратегий невозможно без понимания и принятия их народом Казахстана. И, в этой связи, необходима включенность журналистики в создание благоприятного информационного поля для утверждения национальных и нравственных ценностей и ориентиров казахстанских граждан. Традиционно такую работу считают идеологической и, порой, непопулярной среди самих журналистов. Особенно, независимых СМИ. Однако речь идет не о пропаганде партийных мнений или документов. В данном контексте важна взвешенная и продуманная деятельность по организации информационной поддержки базовых ценностей казахстанцев, тех признаков «казахстанского пути», которые делают нашу страну авторитетным и сильным партнером в регионе и мире.

Таким образом, необходима выработка оптимальных форм освещения и информационного сопровождения феномена «Казахстанского Пути», включающего в себя весь спектристорических и современных реалий нашей страны, многоплановые понятия культурологического и мировоззренческого порядка.

Литература

1. Стуканова И.П. Менеджмент. учебное пособие. – М.: МГИУ, 2005. – С. 12.
2. Бурдин В. В 2015 СМИ Казахстана выделено почти 43 млрд. тенге госзаказа: [Электрон. ресурс]. – 2015. – URL.: http://forbes.kz/massmedia/v_2015_smi_kazahstana_vyideleno_pochti_43_mlrld_tenge_goszakaza. 15.09.2015.
3. Дудинова Е.И. Аспекты информационной поддержки феномена «Казахстанского пути» в отечественных СМИ / Вестник КазНУ. Серия журналистики №2(38). 2015.

Рузин В. Д.

Массовое кино и массовые страхи. Острые грани суверенитета культуры

Развитие информационных, визуальных технологий, вне всякого сомнения, изменяют культуру, внося сумятицу в традиционные модели ее представления и конструирования. В основе своей изменения связаны с новыми возможностями непрерывной глобальной коммуникации, а новейшие тенденции – с технологиями дополненной реальности.

Что несут с собой новые и новейшие тенденции культуры и что они изменяют по существу – это будет объективным полем рассуждений в данной публикации, а ее предметом будут угрозы – мнимые и реальные – культурному суверенитету страны, и тому что именуется культурной идентичностью.

Известно, что изменения несут как возможности, так и угрозы, поэтому публицистика призвана информировать общество обо всех возможных интенциях культуры, но запоминаются лучше именно угрозы. Само по себе не плохо то, что публицистика не столько информирует, сколько фрустрирует читателя, поскольку вот уже на протяжении двух столетий общество преодолело все анонсируемые в медиа кризисы культуры. Это вселяет оптимизм.

Какие же угрозы несет киномания, которой теперь потенциально может быть подвержен каждый житель крупного города и не крупного, обладая круглосуточным доступом в интернет? Важнейшее из всех искусств на сегодня выполняет без преувеличения громадную работу по формированию сознания, поведения, эмоциональности, жизненной траектории. Кино и визуальные технологии в целом учат, пожалуй, всему. Доступность всемирного багажа культуры для рядового пользователя ограничена только языковыми барьерами, которые также устраняются при помощи кино (способ изучения языков посредством кинофильмов – один из наиболее эффективных). Итак, в активе культуры кино и эстетика, и познавательная притягательность, и полез-

ность, и разнообразие, а, значит, и свобода выбора. Ультра современные технологии дополненной реальности прибавляют сюда стирание рамок между экранным – фронтальным – восприятием и панорамным, ощущением полного погружения в кинособытие.

Если давать характеристику возможностям, открывающимся новыми технологиями кино, достаточно будет одного слова – свобода. Свобода общения, познания, коммуникации, снятие объективных препятствий расстояния, иноязычности, инокультурности. Новые технологии дают доступ в ошеломительную сказку, обеспечивают потребность в новизне, в раскрепощении. Они дают пример гибкой, пластичной действительности, подверженной преобразующему действию человека со всеми последствиями и преимуществами. Кино в этих технологиях не теряет своей дидактики: показывает разнообразие жизненных ситуаций, моделей поведения, задает нормы эмоционального, поведенческого плана. Оно поддерживает всю совокупность положительных образов героев, патриотов, праведников. Оно воспитывает верность долгу, семейным ценностям, ценностям дружбы, самопожертвования, созидательного труда, изобретательства, толерантности. Кинематограф, несмотря на самые отчаянные жанры кинофильмов, как в прокате, так и в сети исправно несет свою вахту проводника позитивных интенций. Даже переходя вброд реки крови, добро все равно побеждает зло. Что же тогда вызывает опасения публицистов?

Здесь нужно обратить внимание на природу той самой свободы, которую дают современные визуальные и коммуникативные технологии. А вернее посмотреть на то, что формирования ядра культуры некоторое время назад происходило в иных технологических условиях. Другой была технологическая доминанта. И эта доминанта была основой технологий своего поколения. Поколения технологий – понятие вполне обычное. Но с ним можно связать и социологическое понятие поколения и тогда мы увидим, что существует укорененное в культуре книжное поколение и растущее экранное поколение.

Тогда становится объяснимым то, что носители книжной культуры и книжной дисциплины прodelьвают обоснованные сравнения своего этоса с этосом поколения экранной культуры. И ведь очевидно, что новое поколение имеет и собственный этос,

и логос, и пафос. Это другое, как нетрудно себе представить, требует других подходов к пониманию, к управлению и в целом заслуживает осторожного обращения. Не всегда понятны их другие «хочу», не всегда понятно, что означает их другое «могу», а к тому же терзают сомнения, насколько это «другое» культуры экранной безопасно для книжной культуры. По большому счету, книжное поколение опасается той свободы, которую обретает на своем контенте новое экранокультурное поколение, поколение соц-медиа.

Этот куст угроз транслируется в публицистике в различных видах и отражает предчувствие неопределенной будущности сложившихся социальных ниш книжной культуры. Различным образом организованные структуры, выросшие в книжной культуре, видимо, адекватно оценивают свои перспективы в новом модусе культуры, и всей душой переживают грядущую утрату их доминирования, авторитета на культурном поле, сужение аудитории и уход со сцены. Нельзя однозначно утверждать о том, насколько угрозы динамики экранной культуры мнимы для культуры книжной. Книга, вспоминая известный монолог Родиона из кинофильма «Москва слезам не верит», не исчезнет, но ее позиции значительно потеснены уже сегодня, что трудно оставить незамеченным. Важно понимать то, что смена парадигм культуры – это естественный процесс динамики самой культуры, ей, как органическому целому, не наносящий никакого вреда.

Какая же действительная, а не мнимая угроза культуре исходит из сферы кино? Эта угроза проистекает не из самого кино, а из особенностей его рынка. Действительность угрозы – в реальной опасности потери преемственности в поколениях культуры. Это угроза нарушения процесса ротации поколений, а значит и угроза нарушения целостности живой культуры, угроза превращения ее в музейный экспонат.

Культурная преемственность поколений может быть легко утрачена просто путем потери обратной связи в процессе процесса и потребления самобытного культурного продукта. Это потеря культурного суверенитета, проблема, о которой своевременно и очень точно сказал режиссер Карен Шахназаров.

Сегодня всем ясно, что замещение продуктов собственной культуры покупными убийственно сказывается на собственном

производстве угнетает жизненный источник собственной самобытной культуры. Ее носители стареют. В то время как молодежь вдруг «неожиданно» оказывается носителем иностранных ценностей и инокультурного кода. Причина – импортируемая культурная продукция стратегического характера, а именно таким и является кино, замещает автохтонное создание образцов. В этих условиях, собственная культура теряет реальную возможность воспроизводить себя в подрастающих носителях, а вместе с этим теряет и способность, волю репрезентовать себя миру из своего собственного культурного источника. Этот источник попросту пересох ввиду того, что поставка живительной силы передана на аутсорсинг мировым киноэкспертам.

Идея о том, чтобы представление о собственной культуре строилось на основании качественно выполненных образцов в мировой мастерской, сама по себе не плоха. Оспаривать профессионализм мировой киномастерской бессмысленно, как и беспочвенно думать о возможности запрета или системы ограждений собственной культуры от чуждого менталитета. Мир уже существует в модусе открытости, как единое целое. И «эшелонированная культурная оборона» есть явный признак отсталости. Не нужно никому доказывать, что потребность в качественной кинопродукции и реализация этой потребности образует собой культурную норму 21 века. Мировая индустрия кино удовлетворяет эту потребность среднего горожанина уже таким образом, что задает почти все стандарты мировоззрения. Об этом можно говорить на полном серьезе. Верно и то, что конкурировать с голливудом на мировых рынках практически невозможно, но нужно и можно это делать на национальном рынке, на рынке самопрезентации.

Нет детско-юношеского кино, нет мультикультурного кино, нет кинокультурной политики собственной репрезентации. Есть компанейщина: то наплыв военных тем, то наплыв исторических драм, то веер дебильных комедий

Каковы признаки ущербности культурного суверенитета? Основной – неосязаемость политики культурной самопрезентации. Когда нет ясности в том, что мы хотим сказать о себе своему зрителю и какой именно целостный образ общества, страны мы хотим сформировать о себя самих. Ущербно отсутствие детс-

ко-юношеского кино. Ущербно отсутствие макрорегионального, мультикультурного кино. Ущербна жанровая компанейщина: наплывы то военных фильмов, то идиотических комедий. Ущербно доминирование «чернухи», то есть безальтернативная картонная образность под видом творческого максимализма.

Суверенитет культуры ущербен в том его проявлении, в котором нет места региональному сотрудничеству, в котором доминирует подражание мировой фабрике. Суверенитет культуры утрачивается вместе с утратой пространственности, культурного кругозора, интереса к другим культурам. Если в прокате, в телеэфире нет фильмов казахских, эстонских, татарских, узбекских, молдавских, украинских, китайских, грузинских, калмыцких, это означает ровно то, что этих культур нет в сознании молодого поколения россиян. Есть только картонные образы культур нашей страны и ближнего зарубежья из юмористических программ и скандальных новостей. Закрывая возможности национальным культурам развиваться и презентовать себя в дружеской атмосфере, российская экранная культура также лишает себя возможности репрезентации и взаимообогащающего развития.

Вопрос о том, как укрепить культурный суверенитет, волнует многих деятелей культуры и российского кино в частности. В содержательной программной статье «Импортозамещение в кино», размещенной на сайте союза кинематографистов РФ 28.10.2015 довольно подробно описаны проблемы российского кино и предложено законодательно закрепить за различными институтами производства и проката отечественных фильмов налоговые преференции, бюджетные субсидии, обязательства не взимать с них полную плату за рекламу и много еще чего благоприятного для развития отечественной киноиндустрии.

И все же эта статья не вполне искренне отражает надежды и чаяния кинематографистов. Осторожно обойдена тема изготовления качественного кино, которую следовало бы тоже внести в обязательства производителей, а также нормы об обязательных проверках обоснованности затрат на те или иные процессы изготовления кинофильма. Разумной и обоснованной была бы инициатива осуществлять приемку фильма согласно ТЗ. Ведь заказчиком благодаря существенным бюджетным отчислениям становится российское общество, которое в лице государствен-

ных и общественных организаций должно иметь возможность оценить творчество соискателей государственных средств и принимать ответственные решения. Например, решение о выплате или невыплате второй половины транша госбюджетных денег на покрытие расходов по итогам проделанной работы. В статье также интеллигентно умолчали о необходимости законодательно установить обязанность российского зрителя регулярно покупать билеты на отечественные фильмы независимо от их качества и стоимости билетов. Хотя, это косвенно и прозвучало в разделе про необходимость бюджетного финансирования. Этой меры, пожалуй, было бы достаточно для насыщения отечественной киноиндустрии финансовыми ресурсами, но достаточно ли для ответа на ключевые вызовы современной культуры и оздоровления суверенитета культуры?

Изменился не только мир коммуникации. Бесповоротно меняется сам подход к действительности. Виртуальная реальность, как бы это странно ни прозвучала, делает странные вещи не с молодежью, а с вполне сложившимися деятелями эпохи книжной культуры. Принятие запрещающих законов и квот плюс перенаправление на себя бюджетных потоков не гарантирует появление качественной, востребованной кинематографии, но и безвнятной политики этого не будет. На наш взгляд, решающий вопрос здесь о том, кто должен осуществлять эмиссию культурной политики: государство или общество? Существующее решение пока этого ответа не дает, так как в век развития коммуникаций до сих пор не установлена коммуникация между государством и обществом, а именно: государство в лице министерства культуры осуществляет финансирование кинопроизводства, а общество в лице кинозрителей дает обратную связь в виде сборов, судя по которым, выбор объекта финансирования общество мягко говоря не устраивает. Отсюда следует простой вывод о том, доходят ли эти сигналы до лиц, принимающих решения о финансировании очередного кинопродукта, который будет оказывать влияние на сознание зрителя.

ГЛАВА III

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ахметжанова А.Т.

Студенттерді қазақстандық патриотизмге тәрбелеудің жолдары

Қазақстандық патриотизм – қазіргі таңда өзекті мәселелердің бірі. Патриотизм – грек сөзінен *patris* – отан, атамекен – өзінің жеке және топтық мүдделерін жалпы елдің мүдделеріне бағындыратын, оған адал қызмет етіп, өз Отанын қорғаудағы мақсат тұтатын, атамекеніне деген терең сүйіспеншілік сезімі.

Студенттерде патриотизмді қалыптастыруда тарихтың рөлі өте зор және маңызды. Жастар патриотизмі еліміздің тарихын танып, білуден басталады. Отан тарихын мектеп табалдырығынан бастап, қазақстандықтардың қандай ерліктер жасап, көрген болғанын әртүрлі оқулықтар мен ғылыми еңбектерді зерттеп, өткенімізбен мақтана аламыз. Бірақ, тарихты оқып қана қоймай, оның тікелей куәгері болып, ерлік жасаған тұлғалармен кездесу – оқиғаның желісіне енуге, туған жердің қадірін түсінуге, сонымен қоса, патриоттық сезімді оятып, оқытушыға тәрбие жұмыстарын ұйымдастыруға көмектеседі.

Сондықтан, жас ұрпаққа өнеге болатын, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің профессоры, Брест қамалының оңтүстік бекінісін қорғаушылардың бірі, соғыс және еңбек ардагері, Қазақстанға еңбегі сіңген қайраткер – Габбас Жұматұлымен жүргізілген сұқбатты ұсынамыз.

Сәлеметсіз бе Габбас аға! Қазақта «қариясы бар елдің қазынасы бар» деген қанатты сөз бар. Ұлы Отан соғысында ерен ерлік көрсеткен сіз сияқты ата-апаларымыз шыққан халық екенімізді біз мақтан тұтамыз. Қазақстандықтар Ұлы Отан соғысында ерлік көрсетті. Сіз, өзіңіз қатысқан Брест қамалы туралы, соғыста көрген-білгендеріңіз жайлы айтсаңыз.

Қанқұйлы сұрапыл соғыс көрген, оған бірінші күнінен бастап қатысқан соғыс ардагерімін. Әр заманның ащы ақиқаты, әсіресе қызыл өтірігі болатыны рас. Кеңес дәуірі кезінде сол соғыс шындығының өзі кейде бұрмаланып, ұлы халықтар пайдасына шешіліп жататын. Соғыс басталған кезде мен қызмет істейтін Белоруссияда орналасқан Брест қамалының әскери гарнизонының құрамында 5-6 мыңнан астам қазақстандықтар болды. Бұл деректер орыс әдебиеттерінде сирек кездеседі. Тіпті, жалын шарпыған соғыстың алғашқы күндері, менің өлімге бастарын тігіп, болашақ үшін жанын пидаеткен жерлестерімнің соғыстағы алғашқы қаһармандық ерліктері жайлы тиіп-қашып қана сөз етіледі. Болашақ ұрпаққа бағыт-бағдар ретінде және де сол кезде майдан даласында қалған майдангер жолдастарымның алдындағы менің борышым деп есептеймін. Бұл арада оқиға 1941 жылы Брест қаласының әскери гарнизонында болғаннан кейін, әр адам біле қоймайтын, Брест қамалының қорғанысы туралы түсінік берген жөн болады. Қамал төрт үлкен бекіністен тұратын және көлемі 7-8 шақырымды қамтитын. Ол бірінші дүниежүзілік соғыстың алдында, қамалға жаудың зеңбірегін жақындатпай оның атқан оғынан қамалды қорғау үшін және шекараны бекіту мақсатымен белгілі инженер-фортификатор Д.М. Қарбышевтың басшылығымен өте берік темірбетоннан жаңа бекіністер-форттар салынған. Сөйтіп, қамалдың жалпы көлемі осы салынған құрылыстармен 30-32 шаршы шақырым еді. Қазіргі уақытта кейбір «білгіштер» (өздері ол жақта болған да емес), қамалдың бұл бекіністерінде болған біздің жерлестеріміздің ұрыстағы ерлік істерін жоққа шығарғысы келеді. Бұл еш қисыны жоқ, дәлелсіз айтылған бос сөз.

Алматы қаласынан 1939 жылдың соңы мен 1940 жылдың бірінші жартысында әскер қатарына шақырылғандардың ішінен Брест қамалында менімен бірге Әбдіразақ Мамиев, Владимир Фурсов, Шавқат Чултуров, Тұрар Сатыбалдин, Файзулла Турумов, Қажымұрат Сыздықов, Мұхаметқали Батыргереев, Михаил Шаповалов және Талғар, Кеген, Нарынқол, Талдықорған аудандарының әскер қатарына алынған қазақ жастары көп болды.

Тұтқиылдан шабуыл жасаған басымдылығы артық жау күштерін бірінші рет сезінген осы гарнизонның жауынгерлері неміс-фашист әскерлерінің алғашқы соққысына қарсы ерлікпен күресіп, тойтарыс берді. Соғыстың алғашқы сағаттарында-ақ біз, менің полктас достарым өрімдей жас жігіттер таңқаларлық күш,

қайтпас ерлік, берік рух, нағыз патриотизмді көрсетті. Көптеген майдангер достарым ерлікпен шайқасып ұрыста қаза тапты. Олардың өмірі аңызға айналды.

Ұрыс майданың алдыңғы шебінде бірінші болып кескілескен шайқастарда жаумен бетпе-бет кездесіп ерлік көрсеткен майдандас жолдастарымның суреттері әлемге әйгілі «Брест камалын қорғау» мұражайында ілініп тұр, солардың ішінде мен де бармын. Мен бұл жерде өзімді көрсетіп қалам деген ешбір ойым жоқ. Куәгер ретінде айтайын дегенім, ерлер есімі – ел жүрегінде. Қаза тапқан майдандас достарымды еске алып, әруағына тағзым етіп, бас иемін. Олар еш уақытта өшпек емес, менің жүрегімде мәңгілік сақталады. Жылдар өткен сайын беймәлім есімдер де уақыт қалтарысынан шығып, жарқ етіп көрініп, ерліктің өшпес ізін жаңғыртады. Соның бірі Әбдіразақ Мамиев менің Брест гарнизонында болған майдандас досым еді.

Ұрпаққа үлгі болатындай майдандас досыңыз жайында айтсаңыз.

Әбдіразақ құралайды көзге атқан сұрмерген болған. Ол камалдың солтүстік бөлігінде он қолтықта тұрды. Алматы маңындағы Түрген педучилищесін бітіріп, бастауыш мектепте мұғалім болып жүрген жерінен әскерге шақырылған. Екі тілде бірдей жорға еді. Өз ондығында комвзводтың орынбасары әрі ротада үгітші болатын. Таңертең партия мүшелігіне кандидаттық билетімізді алып, елге бірге қайтамыз деп тұрғанда... тұтқиылдан соғыс басталды. Одан әрі бір-бірімізден көз жазып қалдық. 1941 жылдың 30 шілде күні таңертеңнен сыртқы бекіністі немістер бензин шашып, оқ жаудырып, өрт астына алды. Тұншықтыратын, көз аштырмайтын гранаталарды үстін-үстін тастап, қыбыр еткен жанды мергендер нысанаға алып, табанда атып тастауға тырысты. Ондық командирі лейтенант Петр Давыдов оққа ұшқандықтан, ондықты басқару Әбдіразақ Мамиевке жүктеледі. Кеңес жауынгерлерінің жансірілігіне ыза болған немістер сол күні түс ауа камалды қайыра бомбалауға кіріседі. 500 килограмдық бомбаның орнына 1800 килограмдық бомба тасталады. Зенбіректен оқжаудырылады. Қорған түгілі, жер сілкініп, жер асты жолдары бітеледі. Сыртына қызыл крест белгісін іліп, жаралылар жатқан шатырды ішке енген неміс танкісі қалай езгілеп таптағанын өз көзімен көрген солдаттар өліспей беріспеске серттеседі. Сол күні кешкілік батальон командирі, капитан Григорий Ландышев әйел-

дерді, балаларды қалай да аман алып қалуды көздейді. Бейкүне жандарға немістер иттік жасай қоймас деген байламға келеді. Кешкілік 389 адам тұтқынға түседі. 2 тамыз күні капитан Ландышев қолындағы гранатаны екпіндеп келе жатқан жау солдаттарына қарсы лақтырған кезінде, жарықшақтан қатты жараланады. Оған Әбдіразақ Мамиев көмекке келген жерде Ландышев өзін атып тастауға бұйрық береді. Егер Әбдіразақ бұйрығын орындамаған жағдайда, әскери трибуналға беретінін айтады. Бірақ Мамиев өз командиріне қол көтере алмайтынын, оған ұстаз жүрегі жібермейтінін, жалғыз қалтырмайтынын түсіндіреді. 1941 жылдың 2 тамызында екі командир де тұтқынға түсіп, бір жыл Польша жеріндегі Бяла-Подляска лагерінде болады. 1942 жылы Польша жерінде неміс басқыншыларына қарсы партизан қозғалыстары оларды азат етеді да, біраз уақыт солардың құрамында күреседі. Кейін 1942 жылы шілде айында Қызыл Армия құрамына оралып, 3-ші Украин майданында 1006-шы атқыштар полкінде соғысты жалғастырады.

Әбдіразақ соғыста ауыр жараланып, он аяғынан айырылады және ұзақ уақыт Тбилиси ауруханасында емделеді. Ал 1944 жылы еліне оралады.

Әбдіразақ Мамиев кеудемсоқтығы жоқ, қайда жүрсе де, кім болса да бетегеден биік, жусаннан аласа еді, қарапайым, кісілігіне кір шалдырмаған, намысшыл, өжет те өршіл мінезді, адамгершіліктің ғана ығына жығылған көп қазақтың бірі еді.

Соғыстан кейін менімен бірге 50 жыл университетте қызметтес болған Владимир Фурсовпен бірге 6-шы атқыштар дивизиясының 125-ші полкы 2-ші батальоны, 4-ші ротасында әскери міндетін атқарған-ды.

Осыдан кейін басқа жауңгерлермен шегініп, Гомель қаласы түбіндегі Новобельск ауданына өттік. Мен Бас Командованының резервтегі 537- артиллерия полкына тап болдым. Осы полктың құрамында бола жүріп, Мәскеуді қорғауға қатыстым. Ерекше атап кететін жай, ол менің 1941 жылы қарашаның 7 -де Қазан төңкерісінің жылдығына арналған Парадқа қатысуым. Жау Мәскеу қақпасына таяу тұрды. Біздің полк бірден Қызыл алаңнан майданға аттанды. Майдан өте жақын еді. Звенигород, Можайск маңындағы соғысқа араластық та кеттік. Неміс әскерлерінің шеруін Мәскеуде Қызыл аланда өткізбекші болған Гитлер командованиясы жоспарының быт-шыты шыққанының куәсі болғанымды мақтан етемін.

Ал, сол сұрапыл соғыс кезінде өміріңізде ерекше орын алған елеулі оқиғалар болды ма, олардың қатарына қандай оқиғаларды жатқыза аласыз?

Мен партияға өтуімді өмірімдегі өте үлкен оқиға деп санаймын. Соғыс басталғанына дәл бір жыл өткенде 1942 жылдың маусым айының 22-жұлдызында Гжатск (қазіргі Гагарин қаласы) маңындағы окопта оқтың ысқырығы және зеңбіректің дүрсілі астында полк комиссары маған және менің жолдастарыма партия билеттерін тапсырды. Сол аласапыран аса ауыр күндерде ол мен үшін өте зор қуаныш еді. Әлбетте, соғыс басталғаннан бері көп уақыт өтті. Компартия тарады. Менің сол қуанышымды кейбіреулер түсінбеуі де мүмкін, ал майданда партияға ең жақсылар, озаттар қабылданды. Бұл менің замандастарымның тарихы, менің өмір жолымның тарихы.

Соғыстың екінші жартысында, 1943 жылдан бастап, мен Днепр-петровск Қызылтулы артиллериялық әскери училищені бітіргеннен кейін, артиллерист – офицер мамандығын алдым. Бесінші Дон казактары корпусының құрамында майданның мынадай әскери бағыттарында соғыстым: Украина және Молдавияда, Корсунь-Шевченко және Яско-Кишинев операцияларын орындаудағы аса ірі жау топтарын қоршауға алып, жойып жіберуге, Румыния, Югославия, Венгрия, Австрия мемлекеттерін жаудан азат етуге қатыстым. Бұл жерлерде өткен үлкен қантөгіс шайқастардың куәсімін. Көптеген қимас майдандас достарымды жат елдің топырағына қиып кетуге мәжбүр болдым. Өкінішке орай, бесінші Дон казактарының құрамындағы майдандас достарымның жасаған ерліктері туралы көп айтылмайды. Болашақ ұрпақ қызығушылық тудырып, зерттеу жұмысын жүргізіп көрсете ала ма деген үміттемін. Соғысты Австрияда, Австриялық Альпа аймағында аяқтадым.

Аса қиын жауынгерлік өмірімде көп жағдайларды көрдім: шегіну қасіреті, жеңістер қуанышы, шайқас алаңында көптеген жауынгер жолдастарымнан айрылу сияқты оқиғаларды басымнан кешірдім. Олардың зираттары сазды және батпақты орман алқаптарында, өз елдерінен шырақта немесе шетелдерде қалып қойды. Көптеген молалар баяғыда – ақ жермен-жексен болды. Соғыстан аман қалғандар және жасөспірімдер ірі шайқастарда қаза болған бүкіл ұрпақтың ерлігіне аса зор мән беріп, құрметпен қарап, олардың рухына тағзым етуі керек. Ақын айтқандай,

«...Тірілерге сый-құрмет бәріміздің парызымыз, Соғыстан қайтпағандарға үш есе болар қарызымыз».

Майданда ауыр жараланып, қатты зақымдандым. 30 үкіметтік наградалар алдым. Оның ішінде шетелдің де наградасы бар. Бұдан басқа да Корсунь-Шевченко, Яско-Кишинев, Будапешт операцияларында қорғаныс шебін бұзып өткеніміз үшін және неміс әскерлерін қоршауға алып, оларды құртып жіберудегі белсенділік көрсеткеніме, тағы басқа жауынгерлік ерлігім үшін Жоғары Бас қолбасшы маршал И.В. Сталиннен 8-рет алғыс алдым. Әр алғысты майдангерлер жауынгерлік наградалармен бірдей бағалайтын

Жеңіс туы желбіреп, елімізге аман-есен оралғаңызға қуанышымыз шексіз. Бейбітшілік заман орнағанда да біршама қызметтер атқарыпсыз...

Соғыс біткеннен кейін Алматыдағы үйіме оралдым, оқуымды жалғастырдым. С.М.Киров атындағы Қазақ мемлекеттік университетінің (қазіргі әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті) тарих факультетіне оқуға түсіп, оны 1950 жылы бітіріп, үздік диплом алып, аспирантураға қалдым. Кандидаттық диссертация қорғаған соң ұстаздық қызметте болдым. Университетте үзбей 50 жыл еңбек еттім. 1979 жылы Жоғары Кеңес Президиумының жарлығымен маған «Қазақ КСР-нің Жоғары мектебіне еңбек сіңірген қызметкер» атағы берілді. Оған қоса «Республикаға еңбегі сіңген» деген медалі тапсырылды. Республиканың мемлекеттік наградасы туралы ҚР-ның жаңа заңына сәйкес «Қазақстанның еңбек сіңірген қайраткері» деген атақ берілді. Мемлекетке сіңірген еңбегім, қоғамды нығайтудағы белсенді іс-әрекеттерім үшін Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығымен II дәрежелі «Достық» орденімен наградталдым.

Жоғары оқу орнында оқытушы, ұстаз және соғыс ардагері ретінде қоғамдық жұмыспен көп айналыстым. Өз еліміздің көптеген жерлерінде және қаншама шет елдерде болдым. Негізгі ойым – жастар арасында әскери-патриоттық және қоғамдық-саяси тақырыптарға қатысты деректермен таныстыру, оларды тәрбиелеу, отанына деген ерекше сезімдерін ояту болды.

Мен ардагер ретінде Ұлы Отан соғысы туралы дәрістер оқып, қаншама ортада естеліктер айтып, дөңгелек үстелдер басында баяндама жасадым. Себебі, бүгінгі жас ұрпақтың бақыты мен бостандығы үшін жанын қиған миллиондаған отандастарымызды ұмытпауымыз керек. Сондай-ақ шетелдерде достық

және мәдени байланыстар жасап, сол материалдар арқылы елімізді, Қазақстанды басқа елдерге танытуда аз еңбек еткенім жоқ. Көрген қиыншылыққа өлшем жоқ. Біз шайқастан кейін қаза тапқан майдандастарымызды ақтық сапарға шығарып салып тұрып, олардың есімдерін мәңгі есте сақтауға уәде бердік. Жастардың болашағы мен елдің бейбіт өмірі үшін жанын қиған майдандастарым алдында берген анттымды ешқашан естен шығарған емеспін. Жеңіс үшін майданда ерлікпен қаза тапқан барлық солдаттарды мақтан тұтып, үлкен құрметпен еске алатындығымыз да сондықтан.

Бүгінгі және келер ұрпаққа айтар ойыңыз, тілектеріңіз болса...

Соғыс және еңбек ардагерлерінің өмірі мен қызметі жастардың қазіргі және келешек ұрпағына үлгі-өнеге. Жастарды тәрбиелеуде отбасылық және ұстаздық тәлім-тәрбие аса маңызды. Ұстаз деген ардақты атқа ие болу үшін үлкен жауапкершілікпен зор көрегендік қажет. Ол – адамдықтың, мәдениеттілікпен адалдықтың үлгісі. Ал ұстаз болу үшін адам баласы өміріндегі әке-шешеден алған тәрбиені және басқа да ғұламалардан алған жағымды қасиеттерді кейінгі ұрпақтарға бере білу керек. Өмірдің қуанышы мен қиындығын басынан өткізген адам ғана қоғамның болашағы – жастарды адалдыққа, өз Отанын сүйуге тәрбиелеуде қамқоршы бола алады. Адамзат баласының бойындағы жақсылықты өз бойында қалыптастырған адам ғана ұстаз-тәрбиеші бола алады. Жастар соғыс көрмесің, бақытты болсын!

Габбас атамызға көп рахмет, зор деңсаулық, ұзақ өмір тілейміз!

Студенттерге патриотизм ұғымын кең түрде қамту үшін төменде келтірілген әдебиеттермен танысса, ой-өрісін, үлкенге деген құрметтің маңыздылығын түсініп, атамыздың үлгі тұтарлықтай соғыстағы ерлігін өзіне үлгі ретінде қабылдауға көмегін тигізеді деп ойлаймыз.

Әдебиеттер

- 1 Габбас Жұматов: Өнегелі өмір. 27-шығ./ ред.басқ. Ф.М. Мұтанов. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 342 б.
- 2 Ахметова Лайла Сейсембековна. Проблемы патриотического воспитания казахстанцев в условиях советской командно-административной системы. 1946-1991. (По материалам средств массовой информации). Автореферат дисс. докт.ист.наук. – Алматы, 1998. – 44 с.

- 3 Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Яростный 1941. Размышления историков: учебное пособие. – Алматы, 2011. – 384 с.
- 4 Григорьев В.К., Ахметова Л.С. Панфиловцы: 60 дней подвига, ставших легендой. – Алматы, 2013. – 265 с.
- 5 Ахметова Лайла. 1941. Брестская крепость. Казахстан. Книга I. – Алматы, 2016. – 621 с.
- 6 Қазіргі Қазақстан тарихы. Хрестоматия. I-II тт. – Алматы, Раритет, 2011. – 480 б.
- 7 Қазіргі Қазақстан тарихы. Оқулық. – Алматы, Раритет, 2010. – 448 б.

Abstract: The author discusses the need for patriotic education of students on the example of the life and work of individual heroic figures, especially in the Great Patriotic War (1941-1945). It offers interviews with famous Kazakhstan and the world, war and labor veterans of the Al-Farabi Kazakh National University–GabbasZhumatov. According to the author, the whole country should know and remember their heroes and often write about them, as the authors of these works.

Key words: patriotism, the Great Patriotic War, Gabbas Zhumatov, Brest Fortress, heroism, education, student.

Аннотация: Автор рассуждает о роли патриотизма в воспитании студенческой молодежи и конкретно на примере героических страниц в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.), известного Казахстану и миру, ветерана войны и труда КазНУ имени аль-Фараби – Габбас Жуматовича Жуматова. По мнению автора, вся страна должна знать и помнить своих героев и чаще писать о них, как авторы указанных книг.

Ключевые слова: патриотизм, Великая Отечественная война, Габбас Жуматов, Брестская крепость, героизм, воспитание, студенчество.



Веревкин А.В.

Качество образования и конкурентоспособность выпускников: комплексный подход

В настоящее время в рамках формирующего Европейского пространства образования особое значение приобретает ориентация на высшее профессиональное образование, что объясняется заботой трудоустраиваемости и конкурентоспособности выпускников, в первую очередь на национальных рынках труда. Занимаясь проблемами трудоустройства, и работодателям, и вузам следует принимать во внимание долгосрочную перспективу карьеры выпускников. В этом плане программы интеграции научно-исследовательских институтов и структур высшего образования способны оказать значительное воздействие на ситуацию, с одной оказывая влияние на формирование компетенций будущих специалистов, с другой формируя эффективные формы взаимодействия прикладной и фундаментальной науки.

Следует подчеркнуть, что трудоустраиваемость выпускников для Болонского процесса реформирования рассматривается как системообразующая основа разработки трехциклового структуры высшего образования и соответствующего изменения учебных программ. Основная задача – сделать высшее образование более восприимчивым к интенсивно развивающемуся обществу и к не менее быстро меняющимся потребностям рынка занятости. Вузы должны обеспечить возможность и механизм поддержания связей с рынком труда через структуру программ на основе взаимосвязанных и гибких циклов. Работодатели, в свою очередь, могут поощрять своих сотрудников возвращаться в вузы для необходимых дополнительных периодов обучения.

В тоже время европейские исследователи отмечают, что «на гибком, нерегулируемом рынке труда нет гарантированных вознаграждений за какое-либо капиталовложение и квалификацию. Рост управленческого и профессионального труда наря-

ду с ростом неквалифицированного труда в сфере обслуживания привел к «выхолащиванию» рынка труда во многих развитых странах: количество рабочих мест средней квалификации, когда-то преобладавшей на молодежном рынке труда, сократилось во многих развитых странах. Как следствие многие высокообразованные молодые люди выполняют неквалифицированную работу или становятся безработными [1].

Одним из наиболее важных политических документов в отношении рассматриваемой темы считается Сообщение Еврокомиссии от февраля 2003 года о роли европейских университетов в построении «общества знания». Этот документ не только признает важность учреждений высшего образования в создании Европы знаний, но также определяет ряд факторов, мешающих высшим учебным заведениям выполнять эту роль соответствующим образом. Документ открывается определением пяти основных проблем, с которыми в настоящее время сталкиваются университеты:

- возрастающий спрос на высшее образование в условиях ограниченных ресурсов (преподавательский состав и финансирование);
- усиление конкуренции не только со стороны внешних стран, но также внутри самой Европы;
- развитие и расширение сотрудничества с учреждениями и организациями бизнеса и более эффективный вклад в технологические инновации;
- нахождение нового баланса между фундаментальными и прикладными исследованиями;
- обеспечение лучшего доступа для «атипичных» групп студентов и включение большего количества лиц из среды, внешней университету, в управляющие органы [2, с. 319].

Задача формирования высокого уровня конкурентоспособности выпускников предполагает комплексный подход, включающий как социальный (профессиональный), так личностный уровень.

Многие специалисты считают, что даже при соблюдении всех внешних условий схема процесса подготовки конкурентоспособного специалиста в современном обществе включает обос-

нованный профессиональный выбор; знания, умения, навыки; а также качества конкурентоспособной личности. Таким образом, именно обоснованность профессионального выбора считается необходимой составляющей конкурентоспособности специалиста. Отсутствие обоснованности негативно отражается и на личностных качествах будущего специалиста, деформируя качества конкурентоспособной личности: снижает или искажает потребность в самореализации, отражается на деловых качествах (трудолюбие, дисциплинированность), организационно-волевых (активность, целеустремленность) и т. д. Естественным следствием выступает негативное влияние на усвоение профессионально важных знаний. Результаты социологических исследований показывают, что, хотя современная молодежь имеет в большинстве своем высокую самооценку и стремится к высоким результатам, она не представляет себе требований профессии, соответствия ей своих возможностей и умений, а также спроса на рынке труда [3, с. 40].

Приведем некоторые данные социологических исследований, регулярно проводимых Центром социологических исследований и социального инжиниринга КазНУ им. аль-Фараби, касающиеся изучаемой проблемы.

Говоря *об удовлетворенности уровнем образования казахстанской молодежи и востребованности высшего образования*, возможно привести отдельные результаты опроса молодых казахстанцев, проведенного в 2014 г. во всех регионах РК [4]. Суммарная удовлетворенность уровнем образования выявлена среди $\frac{3}{4}$ опрошенных, из них 47,9% в целом удовлетворены своим образованием и квалификацией и почти вдвое меньше считают свое образование полным и исчерпывающим – 28,7%.

6% молодых казахстанцев полностью не удовлетворены своим образовательным уровнем.

В ходе опроса студентам также был задан вопрос «Насколько для Вас важно наличие высшего образования?». Частотное распределение ответов позволяет утверждать, что для значительной части казахстанской молодежи высшее образование достаточно значимо в настоящее время – 83% (таблица 2).

Таблица 1

**Ранжирование ответов на вопрос
«Удовлетворены ли Вы образованием,
которое получили или получаете в настоящее время?», N=1000**

Варианты ответов	%
Скорее удовлетворен	47,9%
Полностью удовлетворен	28,7%
Скорее не удовлетворен	16,8%
Совершенно не удовлетворен	6,0%
Затрудняюсь ответить	0,6%

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос
«Насколько для Вас важно наличие высшего образования?»,
N=1000**

Варианты ответов	%
Очень важно	50,8%
Скорее важно	32,2%
Скорее не важно	11,6%
Совсем не важно	4,2%
Затрудняюсь ответить	1,2%

Студенты КазНУ им. аль-Фараби о перспективах трудоустройства по специальности.

В регулярных опросах студентов КазНУ им. аль-Фараби, проводимых Центром социологических исследований сформулирован ряд последовательных вопросов об уровне трудоустройства выпускников и факторах, влияющих на него.

Так, в вопросе о будущих профессиональных перспективах респондентам предложены для выбора следующие варианты ответов: найти работу по специальности, найти любую работу, поступить в магистратуру, дальнейшее обучение за границей, свой вариант ответа.

Выпускники различных специальностей университета, начиная с 2012-2013 гг. достаточно единодушны в своих ожида-

ниях – большинство опрошенных отмечают варианты – «найти работ по специальности» и «поступить в магистратуру». В чуть более чем четверти анкет эти позиции отмечены одновременно.

Результаты опроса 2015 года показывают изменение некоторых тенденций. Несмотря на то, что процент тех, кто планирует продолжить обучение в магистратуре относительно высокий, необходимо отметить, что он снизился по сравнению с 2012 г. более чем в 2 раза

Постепенно растет процент тех, кто намерен продолжить обучение в зарубежных вузах – 17,3% опрошенных, что значительно больше, чем среди выпускников 2012 и 2013 гг.

И наконец, напряженную оценку перспективам на будущее дали 13,0% опрошенных, выбравших вариант ответа «Найти любую работу». Этот показатель также постепенно увеличивается.

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос
«Ваши перспективы на будущее»**
(в % от общего количества опрошенных)

№	Варианты ответа	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
	Найти работу по специальности	64,7%	58,8%	45,3%	37,0%
	Найти любую работу	7,1%	3,9%	11,4%	13,0%
	Поступить в магистратуру	62,8%	39,4%	30,3%	29,0%
	Дальнейшее обучение за границей	8,0%	5,8%	15,3%	17,3%

«Что на Ваш взгляд, сегодня необходимо нашему университету для того, чтобы соответствовать мировым университетам?» – еще один традиционный вопрос выпускникам. Это – открытый вопрос, в котором респонденты могут сформулировать собственное видение основных направлений дальнейших преобразований университета в целях соответствия мировым стандартам образования.

Содержательный анализ ответов позволяет выделить некоторые наиболее типичные позиции по мнению выпускников

разных лет: повышение качества образования, повышение уровня подготовки студентов и квалификации преподавателей; развитие инфраструктуры университетского кампуса.

Литература

- 1 Furlong A. Youth Studies. An Introduction. – Milton Park: Routledge, 2013.
- 2 Болонский процесс: итоги десятилетия / Под ред. В.И. Байденко. Изд. 2-е дополн. – М.: Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» Институт качества высшего образования, 2011. – 446 с.
- 3 Шилова М. И., Белых И. Л. Формирование конкурентоспособности выпускника ВУЗа // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2010. – Выпуск № 4. – С. 39-45.
- 4 Аналитический отчет по научно-исследовательскому проекту «Мировоззренческие и духовные ценности казахстанской молодежи на современном этапе: оценка состояния, проблемы, пути решения», подготовленного в рамках Тематического Плана АП по заказу ИФПиР МОН РК. / Абдирайымова Г.С. (рук. проекта), Кенжакимова Г.А., Веревкин А.В. и др. – Алматы, 2014

Еденбаева З.Д.

Тәрбие беру жолдары: Мазмұн. Көзқарас. Тәжірибе

Мектепке дейінгі тәрбие ұйымында бала дамуына жеке тұлғалық мазмұнды –тәрбие беру жолдары

Бала шырын, бала гүл, бала ізгілік.
О, адамдар қойындар мұны біліп.
Баланы күт, аяла, баланы өсір,
Ол шығатын күнің ғой, ертең күліп.
Дана халық

Балалық шақтан бойына орныққан, ана сүтімен дарыған, ұлттық сезім нышандары, сөз өнері сәбидің болашақ шамшырағына айналып, рухани байлығын кеңейтуге жол ашады. Сондақтан мектеп жасына дейінгі балалардың ой-өрісін, білім, білік, дағды деңгейлерін қалыптастыруда баланың сезім әрекеттерін дамытып, олардың айнала қоршаған дүниені танып білуге деген қызығушылық қасиеттерін өрбітіп, өздігінен еңбектену белсенділіктерін жандандыру қажет. Бала тәрбиесінің негізі отбасынан қаланатындығы әу бастан белгілі. Шыр етіп дүниеге келген сәбидің алғашқы ұстаздары ата-анасы, ата-әжесі. Өз анасы бөбегін аялап, ақ сүтін емізіп отырып, бесік жырын жырлап, сәбиінің келешегінен зор үміт күтетінін әніне қосып былай жырлайды.

Әлди, әлди аппағым,
Қой жүнінен қалпағың.
Жұрт қызығар құлыным,
Үміт күтер анашың. . .

Дана халық

. . . осылай кішкентай ботасынан үлкен үміт күтіп, елін сүюге, оны қорғауға, үлкенге ізетті, кішіге қамқор болуға жетелейді.

Сәл өсе келе, әке-шешесімен қатарласа, ата-әжесінің тәрбиесі бірігеді. Ол әрине бірінші кезекте сәбидің денсаулығы. Суға түсі-

ріп, сипалау, майлау кезеңдерін мүлтіксіз атқарумен бірге, саусак бұлшық еттерін дамытатын, ой-өрісін кеңейтіп, қазақ халқының яғни, ата-бабамыздың мал шаруашылығымен айналысып, оны күтіп баптауда өз ерекшелігінің барын білдіретін «Қуырмаш» саусак ойынын сәбиімен ойнап кетеді.

Қуыр, қуыр, қуырмаш,
Балапанға бидай шаш.
Басбармақ, балан үйрек
Орған терек, шылдыр шүмек,
Кішкене бөбек –

дейді де, басбармақты көтеріп,

Сен тұр, қойыңа бар,
Сен тұр, жылқыңа бар,
Сен тұр, түйеңе бар –

деп термелей отырып, әрбір саусақтарды ашқан сайын аты аталмаған төрт түліктерді айтады. Соңғы кішкене бөбекке келгенде: Сен үйде отыр, үйді жина, шашпа қарның ашса, тамағыңды алып жей ғой – дейді де, мейлі ол баланың оң немесе сол қолы әжесі мен атасы мына жерде май бар, мына жерде нан бар, мына жерде қазы, қарта, бауырсағына дейін тізіп айтып, баланың иығына жеткен кезде мына жерде түлкі бар, мына жерде күлкі бар деп, қолтығының астынан қытықтайды. Бұл жасалған іс-әрекетке мәз болған баланың құлағында қаншама сөздер қалумен қатар, нүктелі массаж жасалатынының куәсі болатының анық.

Қазақ халқының бай халықтық педагогикасына осылай таңданбау мүмкін емес. Өмірге келген сәбиіне біздің ата-бабамыз осылайша жеке тұлғалық мазмұны терең тәрбие жолдарын нәрлі етіп үйреткендігі тарихымызда да белгілі. Баласының жеке басының парасатты, адал, шыншыл, өз еңбегімен нан тауып жеуі үшін ұлы Абай бабамыздың өлеңдеріне жүгінетіндері де көп болды. Өзіне-өзі берік болып, біреулерді кінәлап, бірінің затын бірі рұқсатсыз алмауға ата-аналарымыз үйрететін. Оның барлығын аңыз әңгімелер, өлең-тақпақтармен ертегілер арқылы тәрбиеледі емес пе? ***Ата-бабамыз ертегі- бөбек ертеңі екенін ұққандығын Ахмет Байтұрсынов былай деп ой түйген*** «Ертегілер көбіне-

се ішкі мағынасымен өнегелі келеді, жақсылық, жамандық, достық, қастандық, арамдық, адалдық, қорқақтық, батылдық, ептілік, шорқақтық, аңқаулық, жинақылық тағыда басқа жан-жақты өнеге көрсету, тәлім-тәрбие беру мақсатымен шығарған әңгімелер екендігі сезіледі» – деп анықтама берген. **Мақала авторы З. Еденбаева:** Менің бала күнімде айтқан әкемнің «Айбалта» аңыз әңгімесі күні бүгінге дейін жадымда.

«АЙБАЛТА»

Ертеде, бір ұста өмір сүріпті. Алла берген ерекше ұсталық жолымен үлкенге де, кішіге де жоқ демей маған шана жасап бересіз бе? – деп, келген балаға шана жасап беріп, қуанышқа бөленпті. Менің үйімнің есігі сынып қалды, келесі біреу арбасының дөңселегі, терезесі, пеші әйтеуір сол тұрған ауылының ешбір адамын ренжітпепті. Осылай алғысқа бөленіп, отбасындағы 5-6-ты баласын адал еңбегімен асырап бағыпты. Өзінің ойына бір күндері айбалта соғып алсам деген ой келіп, күндіз күннің шұғыласына шағылысатын, түнде ай сәулесінің астында жалт-жұлт етіп тұратын армандаған айбалтасын жасап алыпты – дейді.

Айбалтасының ерекшелігі сонша ағаштардың құраған бұтақтарын кесіп, адамдарға зиянын тигізбесін деген оймен бұтақ түбіне тигізе қойса болды, сол жарамсыз бұтақтар кесіліп түсе береді екен. Тіпті темірді де кесіп жатса, айбалтаның жүзі мұқалмапты. Ауылдың бүкіл тұрғыны бұл гажсап балтаның кереметіне қызығып, кейбір сөзімді жықпас деген ауыл ақсақалдары сұрап, қалап та келіпті. Бірақ, ұста өз ойынан шығып жасалынған айбалтасын ешкімге қимаптыда тіпті бермептіде. Мағанда қимайсыңба? – деген туыстарыда табылыпты, бір қой берсем бересіңбе? деп, ашуына тигендері қаншама. Күндердің күнінде ешкімге қимаған айбалтасы із түзсіз жоғалады. Жүрегі жоғалды деуге қимай балтасын іздеуден жалықпаған ұста, таңертең ұйқысынан оянып, есігінің алдына шығып тұрып, мойынын оң жағында тұратын көршісінің үйіне бұрып, әй-әй сол айбалтаны сен ұрладың-ау – дейді екен де бір күрсініп алып, басқа тірлігіне кірісіп кете береді. Келесі күні тағы сол ойын қайталап, сол жағында тұратын көршісінің үйіне басын бұрады екен. Қылышын сүйретіп келген қыс кетіп, бақтарда құстарын сайратып, көкте тырналарын тыраулатқан көк-

темде келіп жетеді. Барлық ауыл-аймақ қыстай қораларының маңында үйіліп қалған шөп-шаламдарын көліктерге артып, ауылдың шетіне шығарып, тасып жатады. Ұстаның отбасыда жерін жыртып, қора- қопсықтарын тазалауға кіріседі. Бір күні ұста қорасындағы шөптерді күннің көзіне шығарып кептірмек болып, қолындағы айырымен шөпті жоғары көтере бергені сол еді, айырдың ұшы бір затқа тиіп шықыр ете қалады. Бұл не екен? - деп, ұста шөптің астын арши түседі. Бір мезгілде өз көзіне өзі сенбей тұрып қалған ол, табылған айбалтасын қолына ұстап тұрып «Өзіңе – өзің берік бол, көршіңді ұры тұтпа» деп, бекерге кінәлаған көршілерінен ұялып, іштей қайта- қайта кешірім сұраған екен дейді. Әкемнің бұл аңыз әңгімесінен өз бойыма қаншама тәрбие алдым, өз тірлігіме өзім жауапты, жинақы, сақ болумен бірге, тіл байлығым дамыды, еңбекке ұмтылдым. Жарқыраған күн, тыраулаған тырналар, маңырап төлдерімен жамырасқан төрт түлік, әдемі де сұлу табиғат көз алдына келеді де тұрады. Қазақ халқының халықтық педагогикасын ұмыт қалдырмай жалғастыру: отбасының, балабақша қызметкерлерінің, бастауыш сынып мұғалімдері мен әдебиет пәні мұғалімдерінің міндеті десек артық емес. **Мақала авторы З. Еденбаева: мен кейінгі 8-10 жыл ішінде шет** елдердегі 30-ға жуық мемлекеттің жерін басыпшын, бұл маған берілген Алланың сыйы. **Шет елдік** сапарларда бала тәрбиесі жөнінде іс-тәжірибемді бөлісуге барамын. Әрине, тек бір өзім ғана аралап емес, Қазақстан Республикасының қалаларынан, облыстарынан балалар бақшасының әдіскерлері мен меңгерушілері де бар. Сондай іс-сапарлардан түйгеніміз ата-аналардың өз перзенттеріне деген жауапкершіліктері. Балаларымен бірге орындап келген тапсырмалары, қарапайым заттардан үлкен мәні бар жұмыстар орындау, баласы сол жұмыс кезінде қыл қалам алып бояу жаққанының өзін қуанышпен айтып жеткізулерінің өзі бізді көп ойға жетеледі.

Мысалы: 2014 жылы **Жапон еліне** барған сапарымды қайта есіме түсірсем, нағыз өз елінің салт-дәстүрін, өз озық педагогикалық тәжірибелерін күні бүгінге дейін сақтағандарын көріп, әрі соның куәсі болғаныма танданамын. Сол жапондықтар бала тәрбиесі жөнінде дүниежүзінде бірінші орында тұр. Олар бала тәрбиесі бағытында төрт негізге сүйеніп, төрт негізді басшылыққа алады:

1. Бала өзін адам ретінде терең ұғынуға тәрбиелейді;
2. Нағыз жапон елінің азаматымын деп шын жүрегімен сезінуге тәрбиелейді;
3. Қоғамдық өмірде бала өз белсенділігін көрсетіп, дені сау, елжанды етіп тәрбиелейді;
4. Өз елінің әдебиетін, мәдениетін жалғастыратын оны жасайтын және дамытатын бала тәрбиелейді.

Сондықтан болар Жапон елінің бес жасар баласынан бастап, бүгін тағы бір таң атты, мен еліме қандай жағымды іс жасаймын деп оянады екен. Біздің ата-бабаларымызда жапон елінің тәлім-тәрбиесінен артық болмаса, кем тәрбие бермейтіндігі баршамызға аян. **Мысалы: Чехия астанасы Прага қаласындағы «Smiling Baby School»** балабақшасының директоры **Hana Zaalovаның** іс-тәжірибелерімен танысып, алған мағлұматтардың өзі бір керемет жұмбақ дүние. Чехияда қуыршақ театры кеңінен таралған. Мұны айтып отырған себебім бұл үрдіс атадан балаға күні бүгінге дейін мұра болып жалғасқан. Бір отбасы өз ата-бабасының түр-түсін яғни келбетін келтіре отырып, қуыршаққа тапсырыс береді екен. Атасының кескінімен жасалған қуыршақты пайдаланып, өз салт-дәстүрінің ерекшелігін ортаға салып, отбасын дұрыс тәрбиелеуге осылай үлестерін қосады. Егер әжелері ән салатын немесе би билейтін болған болса, сол кісінің әнін айтып, әнді дұрыс түсініп, жаттап алуларына күш салатындықтарының куәсі болумен бірге, ертегілер елінің ақ желкенін бала тәрбиесінде терең мән беретіндіктерін айтсаңызшы.

Ал, Н.А. Добролюбов «Ертегі бізге ең алдымен халықты мінездейтін материал есебінде қажет» – деген ой түйеді. Біздің Қазақстанның барлық мектепке дейінгі тәрбие ұйымдарында не сондай-ақ, бұл елдің ерекшелігі бала бір жасқа толысымен шаңғы теуіп үйретумен айналысады. Аралап көрген 4-5 балабақшаның бәрінде демалыс күні балаларымен шаңғы тебуге шыққан балалардың ата-аналары мен ата-әжелерінің суреттері. Балаларына соншалық көңілді ерекше бөлетін бұл халыққа тек қызығып қана қоймай, еліктеуде керек сияқты. Ормандарында қабанның өте көп болатындығымен мақтана тұрып, саяхаттап шыққанда сақ болудың өзін ескертулер жазып іліп қойған. Сол жазылған ескертулермен қауіпсіздік шараларда қабанды атып аламыз деген сөзге тиым салынғаны ескертілген. Аңшылар

қабанды керегіне жаратады деп айтады екен. Және дүние жүзінде осы мемлекеттің Гербі адамдардың сүйектерінен жасалған. Музейлеріндегі ілінген шамшырақтарда адамдардың сүйегінен жасалыныпты. Герб жайлы балаларға қалай түсіндіріледі деген сұрақты қойғанымда дәл осы жаста балаларға мән-мағанасын түсіндіріп жатудың қажеті шамалы, деген жауап алдым. Жапон, Германия, Польшаелдеріндегі, Беларусь Республикасында мектепке дейінгі тәрбие ұйымдары мұражайға ұқсамайды, қайта тұнып тұрған нағыз білім ошағы, тәрбие басы, бала яғни, адам баласы барлық тіршілік иесі деп қарайды.

Қазіргі заман ағымына сай ертегілер әлемінің кеңістігі алуан түрлі. Алайда, халқымыздың **«Қазақ-Қырғыз бір туған»** деген сөзі бекер емес қой. Шынымен де ертегілеріміздің кейіпкерлері ортақ, тіліміз бен дініміз бірегей, ұлттық салт-дәстүріміз, елжандылық болмысымыз ұқсас.

Елімізде: бүгінде ертегі айтып, немерелерін маужыратып, балқытып ұйықтататын ақ әжелер саусақпен санарлық десек таң қалмассыз. Жалпы ертегіге құлақ құрышы қанып өскен бала шығармашылыққа әуес, өзін қоршаған дүниенің бейнесін тани біліп, адами қатынастардың небір жақтары барын түсініп өседі. Себебі ертегілердегі жағымды, жағымсыз кейіпкерлерді балаларда саралайды емес пе? Түсіну мен саралау барысында тілдері жан-жақты дамиды. Сөйте тұра неге дәл қазіргі уақытта өсіп келе жатқан балаларымыз өзгеше. Алайда менің ойыма орыстың ғұлама педагогы П.П. Блонскийдің сөзі оралады. **«Ата-ананы тәрбиелемей тұрып, баланы тәрбиелеу қиынның қиыны»** – деген екен. Біздің бала күнімізде ата-анамыз мәні терең мағыналы аңыздар мен ертегілерді ойластырып, ақылды да тапқыр болуға жетелеп отыратын еді. Қазіргі ата-аналар **«Маша и Медведь» мультфильмді** бірге көріп, баласына берілетін тәрбиесінің әсері кері кетіп жатқандарын шынымен түсінбейді ме? Әлде бала алданып отырса болды ма? Кейде түсінбейсің. Бірақ мен барлық ата-аналарды кінәлаудан аулақпын сондада болса, басым көпшілігі салғырт. Мектепке дейінгі жастағы балалармен мен өз басым кез-келген уақытта әңгімелесіп, қандай ертегі немесе өлең-тақпақтар білетіндерін сұрауға асығамын. Сол тәрбиесі сәл сылбырлау балалар мектептеде орташа бағадан еңселерін көтере алмай құр сөмке сүйретіп жүреді. Үш ай жаз демалы-

сында балаларға арналған бірде-бір кітапты оқымай-ақ, мектепке барғалы жатқан балаларды топ-тобымен кездестіреміз. Неге? ***Бір журналдан оқығаным бар, мына көрші Қытай елінде мектепте үлгерімі*** төмен оқушы болмайды екен. Оның себебі баласының үлгеріміне ата-анасы жауап беретіндіктен. Бала мектепті алып кете алмай үлгерімі төмен болса, ата-аналарына айып пұл салынады. Біздің елде жасыратыны жоқ мектеп директорынан бастап, мектеп оқушыларының оқу үлгерімін тексеруге келген тексерушілерді қонақ етіп күтіп, бірінің сыртынан бірі күліп, ішкізіп, жегізіп шығарып салатындарына мәз. Тағыда неге? деген сұрақ туындайды. Мен мұндай жағдайларды құлағыммен есітіп, сансырап сіздің осы салаға қатысыңыз бар ғой деп шырылдаған талай ата-аналарға куә болдым десем артық емес. Сіздерде куә болыңыздар. Сырт көзге ата-аналар сол балалардың тәрбиесімен айналысып жатқандай көрінемізде бақшаның есігі болсын болмаса, мектептің есігі болсын арқасынан қағып, немесе айқайға басып баладан құтылсақ болды. Расында да солай, балаларымыз аш-жалаңаш болмаса болды сияқты. Баласының мұрынынан аққан суы неге тоқтамайды немесе тіліндегі мүкістігі үшін не істеу қажет деген ойларды ойлауға да уақыттары жоқ болып отырады. Осы орайда В.В. Радлов «Өзге туыстар елдерінен қазақтың ерекшелігі – сөз орамына шебер және тамаша шешен» деген. Әрине, бұл ұшы қиыры жоқ еңбек балалары мен немерелеріне ертегілер айтып есейткен, ата-әжелеріміздің жемісі.

Ойымды қорыта келе, отбасында немесе мектепке дейінгі тәрбиеде болсын бала дамуына жеке тұлғаның жан-жақты дұрыс жетіліп қалыптасуына мазмұнды тәрбие беру ол оңай шаруа емес, ол өзекті де күрделі шаруа. Бүгінде балаларымызға ертегіні ұялы телефон айтады. Бір-бір ұялы телефонды қойынына қысып, көзін қадап отырған балалар саны артпаса кеміп жатқан жоқ. Сондықтан ертең көгімізде күн болып шуағын төгіп, шұғыласын шашып тұратын ұрпақ жүрегіне халық педагогикасының нәрін себуден жалықпайық. «Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні»- еліміздің болашағы үшін білім саласында жаңалықтарды тұрақты пайдалану бүгінгі күннің талабы дегім келеді.

Әдебиеттер

- 1 Қазақский язык. Хрестоматия. З.Д. Еденбаева. – Алматы: «Алматы кітап», 2008.
- 2 Қазақстан Республикасы Білім беруді дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы.

Андатпа: Автор өз тәжірибесінен студенттер мен магистранттар, докторанттардың болашақта отбасына қажетті ертегілер әлеміне байланысты құпиялармен бөлісет.

Түйін сөздер: тәрбие, тұлға, тәжірибе, ертегілер, балалар.

Иргебаева Н.М.

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-де оқытудың тиімділігін жетілдіру бағытындағы шаралар

Қазақстан Республикасы жоғары оқу орындарының басты міндеттерінің бірі-білім беру саласын жетілдіру, білікті, шығармашыл кәсіби мамандарды даярлау арқылы бес институционалдық реформаның бірінші бағытын, бәсекеге қабілетті кадрлар мәселесін шешуді іске асыру. Мемлекеттің мықтылығы, даму деңгейінің жоғарылығы тікелей қабілетті кәсіби мамандарымен байланысты екені тарихтан да, қазіргі экономикасы шарықтап дамыған мемлекеттердің (Сингапур, Норвегия, Жапония, Корея) қол жеткен жетістіктерінен белгілі.

Білім берудің әрбір технологиясының ерекше белгілері: мақсат-бағдарлығы; нәтижелігі; жүйелігі; ақпараттық, практикалық мазмұны; нақты ереже-қағидаларға негізделуі; жобалануы; ғылымилығы; ықпалдастығы; тиімділігі; инновациялығы; экономикалық жағынан қолайлығы; қайта жаңғыртуға жарамдылығы; тәжірибе ретінде таратуға ыңғайлығы оны жетілдіруге, техникалық құралдармен толықтыруға болатындығы. Осыған орай, білім беру технологияларының әрқайсысы психологиялық және педагогикалық мақсат-міндеттерді шеше алатын біртұтас жүйе болып табылады.

Білім алушының шығармашыл тұлғасын дамыту оның мынадай сапалық қасиеттерімен байланысты:

1) *когнитивтік (танымдық) сапалары* – қоршаған әлемді түсінуі, құбылыстардың мәнін білуге ұмтылуы, танымдық ынтасының тұрақтылығы т.б.

2) *креативтілік (шығармашылық) сапалары* – ойлау белсенділігі, шығармашылық шабыт, қиял, болжай білу, ойлаудың қарымдылығы, тереңдігі, қарама-қайшылықтарды көре білу немесе сезу; өзекті мәселені табу; шығармашылық қызығушылығының тұрақтылығы т.б.;

3) *әдіснамалық (ұйымдастырушылық) сапалар* – тапсырманың мақсаты мен мәнін түсіну, мақсатқа жетуде іс-әрекетті оңтайлы ұйымдастыру, нәтижеге жетудегі табандылық, рефлексиялық ой-санасы, коммуникативтік қабілеттері т.б.

Білім берудің адамға, тұлғаға бағытталуы, білім мазмұнының жариялылығы заман талабына сай білім беру мен ұлттық оқу-тәрбие процесінің гуманистік сипаты жаңаша оқытудың әдіснамалық негізі ретінде қызмет ете алады. Оқытудың мазмұнын, өзіндік ерекшеліктерін, одан туындайтын ұстанымдары мен шарттарын жүйелеу арқылы қазіргі ұлттық білім берудің философиялық тұғырнамасын, әдіснамалық және әдістемелік негіздерін жасауға болады. Мұны ескермей мектептер мен білім беру мекемелеріндегі ұлттық идеяны көздейтін тұжырымдамалық тұтастықты қамтамасыз ету мүмкін емес. Шығармашылық іс-әрекетке ынтаны оятуда: оқудағы жетістікті қамтамасыз ету; оқыту формаларының түрлерін жетілдіру; оқу материалының мазмұнын оқушылардың ерекшеліктеріне сәйкес құру; білімді меңгерудің әдіс-тәсілдерін оңтайландыру; жаңа педагогикалық технологияларды пайдалану; оқытушы профессорлардың өзі оқытатан пәндерінің мақсаты мен міндеттерін, негізгі түсініктерін жете меңгері, ол пән туралы білім беруді барынша тиімді құрастыра білуі; оқытушы мен білім алушының жағымды ықпалды әрекеттерін жетілдіру; шығармашылық оқытуды кеңінен пайдалануды жүзеге асырудың орны ерекше. Жоғары оқу орнын бітірген кәсіби маман мемлекеттің саяси, әлеуметтік, экономикалық және рухани институттарының жұмысын адами құндылықтар негізінде ұйымдастырушылар, жаһандану үрдісінде мемлекеттің даму бағытын алдын ала анықтап, әлемдік кеңістікте бейбіт әрі дамыған мемлекеттер «Мәңгілік Ел» бағытында белсенділік көрсететін тұлға болып табылады.

Еліміздегі жоғары оқу орнының келешек дамуы мынадай факторлармен байланысты:

1) мемлекеттің білім беру саласындағы саясаты халық шаруашылығының басқа салаларымен салыстырғанда озық дамытылып, болашаққа бағытталуы тиіс;

2) әлеуметтік – экономикалық прогресстің кез келген саласын дамытудың негізі білім беру екендігі туралы, білімділік басты құндылық деп түсінетін қоғамдық пікірді қалыптастыру;

3) жоғары білім беруде бәсекелестікке жол ашау және білім беру қызметі нарығын қалыптастыру нәтижесінде шынайы нарықтық қатынасты қалыптастыру. Мұнда жоғары оқу орнын нарықпен бетпе – бет жалғыз қалдырмау үшін жеңіл салық салу жүйесін, мемлекеттік дотация жүйесін, жеке көмек көрсету мен күрделі салымдарды қолдауға жағдай жасау;

4) жоғары оқу орнының даму тұжырымдамасы, жоғары мектеп психологиясы мен педагогикасы, әлеуметтану, экономика саласында жан-жақты қарастырылған ғылыми зерттеу жұмыстарының жүргізілуі;

5) жоғары оқу орындарының қызметін өлшеп, олардың рейтингін бағалайтын объективті, беделді қоғамдық қызметті қалыптастыру.

Кәсіби мамандар дайындау мәселесін зерттеген ойшылдар, оқытушылар мен ғалымдар әр кезеңде де білім алушының таным процестерінің мүмкіндіктерін анықтау арқылы оның интеллектісін, саналылығын, тұлғасын жетілдірудің тиімді әдіс-тәсілдеріне ерекше мән берген [1].

Білім беру, білім алу процесс ретінде адамның саналы өмірінің аяғына дейін тоқтатылмайды. Ол мақсаты, мазмұны, формасы бойынша үздіксіз түрленіп отырады. Білім берудің үздіксіздігі оның *процесуалдық* жағын және негізгі *ерекшелігін* көрсетеді.

Білім беруді процесс ретінде қарастыру, біріншіден, оның екі жағын: *оқыту және үйрете (оқу)* білуді талап етеді.

Екіншіден, оқытушының тарапынан білім беру процесі ерікті немесе еріксіз түрде *оқыту мен тәрбие беруден тұрады*.

Үшіншіден, тәрбилеуші және оқыту процесінің өзі оқушының (*білім, практикалық дағдылар, танымдық тапсырмалар*) жан-жақты дамуына әсер ететін *тұлғалық және коммуникативтік тренингтерді* іске асырады.

Білім беру процесінде адамның дамуы көп жағдайда оның қандай құралдармен, қандай мазмұнда жүзеге асырылатынымен байланысты. П.Ф. Каптерев дамудың үш түрін келтіреді: *рефлекстендіруші* – субъекттік әлемді (адам рухын) зерттеуге дайындау; объективті – *объективті әлемді зерттеуге дайындау* (табиғатты); және *жүйеге келтіруші* – фактілердің кез-келген саласында қисынды (логикалық) тәртіп орнату. Біріншінің құралы тілдер болып табылады, екіншісінікі – жаратылыстану ғылымдары, үшіншінікі – математика [2]. Білім берудің барлы-

ғы саналы түрде немесе ішкі түйсікпен білім берудің түрлерінің табиғи айырмашылығына негізделеді. Таным процесстері бір-бірімен жүйелі байланыста бейнелеу және реттеу қызметін атқарады. Таным әрекетінің барлық бөліктерін тұтас біріктіретін тіл мен сөз арқылы әрекет ететін *сана*.

Оқудың тиімділігі адамның оқуға икемділігі деген психикалық қасиетімен анықталады. Бұл адамның жеке басының қасиеттері (бейімділігі, тұлғаның икемділігі) мен интеллектуалдық потенциалы. Психологияда оқу әрекеті адамның арнаулы іс-әрекеті дәрежесіндегі өзекті мәселелердің бірі. Бұл мәселенің ерекшелігі оның әмбебаптығында. Себебі, ол кез-келген іс-әрекетті игерудің негізін құрайды.

Білімді ұғыну процесінің іс-әрекетпен байланысы П.Я. Гальперин мектебінің зерттеулерінде – ақыл-ой әрекеті арқылы игерілетін білім – бейнелер мен ұғымдарда бекітілген әрекеттер мен операциялардың мақсатты түрде ұйымдастырылған жүйелі байланыстары ретінде анықталған [3]. Осы теорияға сәйкес ақыл-ой әрекеттері мен ұғымдарды меңгеру кезең-кезеңмен (мотивациялық, бағдарлаушы, материалдық, сыртқы сөйлеу, ішкі сөйлеу, ауызша сөйлеу, әрекеттерді түгелдей ойша жоспарлау кезеңдері) жүретінін білеміз.

Адамның танымдық процестерінің бүкіл жүйесінде іс-әрекет негізгі тұрғы, ол *түйсіну, қабылдау, есте сақтау, түсіну, еске түсіру, ойлау арқылы мәселелерді шешудің өзіндік құрылымы бар, ойлау әрекеті* деп анықталады.

Ойлау әрекетін дамытуға жоғары оқу орындарында кәсіби мамандарды дайындауда дамыта оқытуға ерекше мән беріледі.

Дамыту оқыту білім алушылардың өнімді іс-әрекетіне негізделеді. Мұндай іс-әрекет «дамудың жақын аймағында» жүзеге асырылады. Дамудың жақын аймағы білім алушыларда тұлғалық жаңа құрылымдардың түзілуін қамтамасыз етеді. Бұл жаңа құрылымдар психиканың мазмұндық жағына да, іс-әрекеттің тәсілдеріне де, мінез-құлық пен жүріс-тұрыстың сипаттарына да қатысты пайда болады.

Ал, оқытушы дамыта оқытуда жай ғана білім мен ақиқатты даяркүйде «ұсынып, беруші» ретінде емес, ол іздену процесінің бастамашысы, ұйымдастырушысы, яғни оқытушы білім алушылардың түйсініп қабылдауын, зейінін, еске сақтауын, қия-

лын, ойлау формаларын белсенді ететіндей оқыту процесін ұйымдастырады [4].

Оқу әрекетінің мазмұны өз кезегінде теориялық түсініктер мен жалпылауларды мазмұндық дерексіздендіру тұтастығы болып анықталған теориялық білім және оның тікелей өмірмен, өндіріспен байланысын жүзеге асыру болып табылады.

И. Лингарт оқу іс-әрекетінің негізгі сипаттамасын «өз әрекеттерінің аркасында білім алушының психикалық қасиеттері мен мінез-кұлқы, жүріс-тұрысы өзгереді» – деп анықтаған [5].

Оқу әрекетінің негізгі нәтижесі – білім алушының теориялық білімінің қалыптасуы болып табылады.

И.И. Ильясов оқу әрекеті, бұл субъектінің өзін-өзі дамытуы:

а) оқу материалының мазмұнын түсіндіру әрекеттері;

б) оқу материалын өңдеу әрекеттері деп санайды [6].

Оқу әрекетінде орындаушы әрекеттермен қатар бақылау әрекеттері жүреді.

В.Я. Ляудис негізгі орынды шығармашылық тапсырмаларды бірлесіп шешу кезінде туындайтын бірлескен өнімді қызметке (БӨҚ) береді [7].

С.М. Жақыпов эксперименттік зерттеу нәтижесінде «ресми», «тұлғалық» және «іс-әрекеттік» деп белгілеуге болатын үш деңгейін сипаттауға болатын педагогикалық ынтымақтастықтың психологиялық үлгісін жасады. Үлгі оқытушы мен білім алушылардың өзара әрекеттестігінің нақты мазмұнына тәуелді болатын педагогикалық ынтымақтастық жағдайының түрлі көріністерін сипаттайды [8].

Бірлескен әрекет жүйесінің барлық бөліктері: студенттердің оқу мақсаты мен мазмұнына қарым-қатынастары, студенттердің өзара және оқытушыға қарым-қатынастары, оқу қызметі өтетін жағдайлар өзара байланысты болған кезде қалыпты болып танылуы мүмкін.

Оқу қызметінің фазалық сипаты:

1) қалыптасқан жағдайды ұғынып, ақыл-ой қызметін орындауға жалпы дайындық артады;

2) мақсат толықтай түсініліп, танылған және оны жүзеге асыру үшін алғышарттар пайда болатын тұрақты бейімделу кезеңі;

3) мамандарды дайындаудың жаңа стратегиясы – теориялық түсініктерді қалыптастырумен қатар, қазіргі заманға сай өндіріс

жағдайларында жұмыс істеу үшін кәсіби дайындығын мақсатқа сай қалыптастыру;

4) жоғары білімнің маңызды элементі әдістемелік дайындық болып табылады;

5) жоғары оқу орнында оқытуда және тәрбиелеуде мынадай ерекше принциптер әрекет етеді:

– жоғары оқу орнынан кейін практикалық жұмысқа үйрету қажеттігі;

– студентердің жас, әлеуметтік-психологиялық және дара ерекшеліктерін ескеру;

– оқыту мен тәрбиелеудің кәсіби қажеттілігі;

– оқытуды ғылыми, қоғамдық және өндірістік қызметпен үйлесімді біріктірумен (дуалдық білім беру) анықталды.

«Оқу» ұғымымен қатар кеңестік психологтар (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, В.В. Давыдов, А.К. Маркова) және шетел ғалымдары (Х.И. Лийметс, И. Лингарт) көбінесе «оқу әрекеті» деген ұғымды жиі қолданады. Оның мазмұнына процесс және нәтижесімен қатар, құрылымдық ұйымдастырылуы, ең негізгісі – оқудың субъективтілігі кіреді [9].

Қазіргі кезде оқу әрекеті – оқудың арнаулы формасы ретінде, арнайы ұйымдастырылатын (өзін-өзі ұйымдастыру), басқарылатын (өзін-өзі басқару), бақыланатын (өзін-өзі бақылау) объект түрінде көрінеді.

Сонымен, кез-келген білімді берудегі педагогикалық процесс – психологиялық тұрғыдан әрқашан сананы, оның жоғарғы формаларын, оның ішіндегі кәсіптік сананы (маманды жоғары оқу орнында даярлау туралы айтқанда) дамыту процесі. Бұл зерттеулер жоғары оқу орындарында кәсіби мамандарды дайындау процесінде кеңінен басшылыққа алынады. Мысалы,

2016 жылғы 20-21 қаңтарда Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Академиялық мәселелер департаментінің оқу-әдістемелік жұмыстарды жоспарлау бөлімі ұйымдастырған «Әдістемелік күндерде» университетте білім берудің сапасын арттырудағы оқытушылардың түрлі әдіс тәсілдерді қолдану арқылы қол жеткен жетістіктері мен академиялық ұтқырлық шеңберінде шетелдердегі жоғары оқу орындарының оқыту әдістері туралы пікірлері назарға ұсынылып, талқыланды. Оқыту әдістерін таңдау әрине, әр оқытушының дайындығына, кәсіби шеберлігі мен іскерлігіне байланысты. Оқытушы білім беру процесін ұйымдастыруда

алдымен аудиториядағы білім алушылардың жалпы базалық білім деңгейлеріне, олардың тұлғалық сапалары мен психикалық ерекшеліктеріне назар аударады. Білім беруде оқытушы үшін ең негізгісі өз пәні бойынша негізгі ұғымдарды студенттердің дұрыс түсінуі. Білімді меңгерудің сапалық көрсеткіштері: түсінікті ажырата білу, есте сақтау, түсіну, логикалық ойлау, түсіндіру, талдау іскерлік пен дағдыны меңгеру және оны тәжірибеде пайдалануы. Әдістемелік күндерде «Жоғары білім берудің қазіргі трендтері» тақырыбында баяндама жасаған А.С. Сағымбай әдістемелік шараның қызу талқылауға, пікірталастарға құрылуына жағдай туғызса, К. Тышқан «Қазақстандағы жоғары оқу орындарындағы білім беру ерекшеліктері және шетелдік тәжірибелер, Ч.Т. Отарбаев «Инновациялық білім берудегі сингапурлық тәжірибе», Қ.Б. Мәсенов «Жоғары оқу орындарында білім берудегі қазіргі әдістердің ерекшеліктері», М.А. Алпысбес «Обучение XXI века: инновационные методы, креативная среда обучения, глобализация, девайсы» тақырыптарында әр елге барған тәжірибелері бойынша сол елдің оқу әдістемелік жұмыстарының ұйымдастырылуы жөнінде, ал Ашраф Атия «Культурологические составляющие в преподавании дисциплин филологического профиля» тақырыбындағы баяндамасында білім беруде әр елдің ұлттық ерекшеліктерімен байланысты білім алушылардың білімдерін арттыру жолдары туралы өз пікірлерін ортаға салды.

Әдістемелік күндерге қатысушы оқытушы - профессорлар С.Б. Серікбосынованың «нидерландияның жетекші гуманитарлық университеттеріндегі IT технологияларды қолданудағы инновацияның дамуы, Қазіргі кездегі оқыту әдістері мен технологиялары», М. Серіктің «Параллель есептеулер мен бұлттық технологияларды оқу процесіне ендіру», Ж.М. Қуанышбаевтың «Использование программных комплексов Real Atlas-RealTarih в учебном процессе», Л.Г. Мұкажанованың «Средства и способы формирования профессиональной компетенции у студентов при изучении профессионального русского языка: методика совместного преподавания с профилирующей кафедрой», Д.М. Айкенованың «Средства e-Learning в образовательном процессе» тақырыптарындағы IT технологияларды пайдалану тәжірибелерін аса қызығушылықпен тыңдап, қызу талқылаумен қатар өздерін толғандыратын сұрақтарын қойып, ойларымен бөлісті. Б.Ө. Түребекованың «Студенттердің өздік жұмыстарын ұйымдасты-

рудағы» бірлескен ғылыми зерттеу әдістері, өздік жұмыс тақырыптарын ғылыми жобалармен үйлестіру арқылы студенттерді ғылыми зерттеу жұмысына үйретуі, нәтижесі бойынша қол жеткен жетістіктері атап айтуға тұратын еңбек. «Интерактивті оқыту әдістерін қолдану жоғары оқу орындарындағы оқу процесін жандандыру факторы» тақырыбындағы Г.А.Абитованың т.б. күн тәртібіне қойылған тақырыптар қатынасушыларды бей жай қалдырмай, қызу талқылау туғызды. Мұндай шаралар оқытушылар үшін де және басқарушылар үшін де өте пайдалы. Себебі оқытушы – профессорлардың:

ұсыған тақырыптарын ашу, оның мәнін түсіндіру арқылы өздерінің жалпы интеллектуалдық деңгейі мен қабілеттерін байқалады;

өз әрекеттерін талдап, салыстырып, реттеп, бақылап бағалай алады;

өз кезегенде мұндай талдау, пікірталастар оқытушының оқыту процесін жетілдіруіне түрткі, әрі оқу іс-әрекетін ұйымдастырудың тиімділігін арттыру мақсатына айналады. Пікірлердің еркіндігі, логикалық тұрғыда өз ойларын толықтай жеткізу, сендіру, басқаларды тыңдай білу біліктілігінің қажеттігін сезінеді. Ұйымдастырушылар үшін:

оқытушы-профессорлардың – интеллектуалдық потенциалын;

өз пәнін, оқыту жұмыстарын ұйымдастырудағы ізденістерін; ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізу деңгейін;

өзін – өзі бағалау деңгейінің қаншалықты адекваттылығын;

өзін – өзі бақылау және реттеу мүмкіндіктерін жетілдіру деңгейлерін анықтаудағы маңызды мәліметтер болып табылады. Осы мәліметтер оқытушы– профессорлардың оқу– әдістемелік, ғылыми– зерттеу және тәрбие жұмыстарын жүргізудегі орнын, білім алушылар алдындағы шынайы беделін, кәсіби біліктілігі мен құзырлылығын анықтауға негіз болады.

Әлемнің қыры қаншалықты көп болса, педагогикалық дәстүр де сан алуан. Бірақ түрлі адамзат қоғамдастығының рухани интеграциялану процесі тұтас бір әлемдік білім беру кеңістігіне рухани интеграциялану процесінде *жалпы идеяны* және тәрбие мен білім беру стратегиясын мақсатты түрде іздеу тоқталмайды. Бұл процесс педагогикалық психологияның

дамуынан, категориялардың мәні мен мазмұнынан, білім беру мен тәрбиенің принциптері мен заңдылықтарынан, әдістері мен технологияларынан байқалады.

Әдебиеттер

- 1 Слостенин В.А. и др. Педагогика: Учеб.пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 576 с.
- 2 Каптерев П.Ф. Дидактические очерки. Теория образования // Избранные педагогические сочинения. – М., 1982
- 3 Гальперин П. Я. Психология мышления и учение о поэтапном формировании умственных действий. – Исследования мышления в советской психологии. – М., 1966 // Введение в психологию. – М., 1976
- 4 Давыдов В.В. Теория развивающего обучения. – М.: ИНТОР, 1996. – 544 с.
- 5 Лингарт Й. «Процессиструктура человеческого учения». Издательство: «Прогресс», 1970 г. – 686.
- 6 Ильясов И.И. Структура процесса учения. – М.: Издательство Московского университета, 1986. – 200с.
- 7 Ляудис В.Я. Методика преподавания психологии. – М., 2000.
- 8 Жақыпов С.М. Оқыту процесіндегі танымдық іс-әрекет психологиясы. – Алматы, 2007.
- 9 Ерментаева А.Р. Жоғары мектеп психологиясы: Оқулық. – Алматы: ЖШС РПБК «Дәуір», 2012. – 492 б.

Аңдатпа: Мақалада Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Академиялық мәселелер департаментінің оқу-әдістемелік жұмыстарды жоспарлау бөлімі ұйымдастырған «Әдістемелік күндерде» университеттегі кәсіби мамандарды дайындауды жетілдіру мәселелері қарастырылған.

Түйін сөздер: Білім алушылар, оқытушылар, оқу, оқу әрекеті, тұлғалық сапалар: когнитивтік, креативтілік, әдіснамалық.

Abstract: The article deals with issues of improving the efficiency of professional training in ENU after LN Gumilyov.

Key words: students, teachers, education, personal property: cognition, creativity, methodical

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы повышения эффективности подготовки профессиональных кадров в ЕНУ им. Л.Н. Гумилева.

Ключевые слова: обучающиеся, преподаватели, обучение, личностные свойства: когнитивность, креативность, методические.

Қабдолданова Б.

Табиғат. Ақын. Жастар

Ақын кеші, жыр кеші қашанда қызықты өтері анық. Оның үстіне ақын сөзіне жазылған әндер болса кештің ажарын ашып, түрлендіріп жіберері сөзсіз. Жуықта осындай тамаша бір кештің куәсі болдық. Ол – ару қаламыз Алматыдағы Қазақ ұлттық аграрлық университетінде, Қазақстан Жазушылар одағы мен Қазақстан Журналистер одағының мүшесі, Алматы облысы мен Ескелді ауданының «Құрметті азаматы», танымал ақын Сайлаубай Тойлыбаевпен болған «Тәуелсіздігіміздің 25-жылдығына арналған» шығармашылық кездесу болатын. **Кештің тізгінін «Қазақ радиосының» жүргізуші редакторы, белгілі журналист Гүлмира Нәлібай** алып, одан әрі жүргізіп отырды. Ақын жайлы қысқаша мағлұматтар бере отырып, танымал сазгерлермен, әншілермен табысты жұмыс істеп келе жатқаны жайлы тоқталып өтті. Атап айтқанда Ағайша Исағұлова, Дариға Тілендікеліні, Мұратқан Егінбаев, Бейбіт Оралұлы, Мақсат Жәутіков, Мақпал Жүнісова, Әнуар Бекжанов, Мұбарак Салықов, Ғалымжан Темендеров, Дүйсенхан Сыздықов, Гүлнұр Өмірбаевалар соның айқын айғағы.

Сайлаубай ақынның 1983 жылы «Жалын» баспасынан жас ақындардың «Қарлығаш» жинағына бір топ өлеңдері, 1987 жылы «Біздің Талғат» атты балаларға арналған прозалық кітабы жарық көрген. 2001- 2014 жылдар аралығында «Үркер ауып барады», «Өмірімнің бәрі өлең», «Мөлдiр махаббат» атты лирикалық жыр кітаптары оқырман қолына тиді. Ақынның «Жаңа ғасырға – жаңа ән» жабық конкурсында «Қыздар...қыздар» әні жеңімпаз атанған. Ұлы Абайдың туған күні мен Қазақстандағы Пушкин жылына арналған дәстүрлі «Абай оқулары», «Бөбек» қорының балаларға арналған Республикалық конкурстарының поэзия номинациясы бойынша жүлдегері.

Сол күнгі кештің қадірлі қонақтары Қазақстан Республикасының Халық әртісі, Мемлекеттік сыйлықтың лауреаты,

күміс көмей әнші **Нұрғали Нүсіпжанов** ақын Сайлаубай Тойлыбаев жайлы жақсы пікір айтып, шығармашылық табыстар тіледі. Ән орындалды. Сонымен бірге сахынаға Қазақстанның еңбек сіңірген қайраткері, Қазақстанның құрметті журналисті, белгілі тележурналист **Нұртілеу Иманғалиұлы** шығып, ақын өлеңдерінің сыршылдығына терең тоқталып, арнау өлеңін де оқып берді.

Кезек әншілерге тиіп ақын сөзіне жазылған белгілі әнші-композитор Ағайша Исағұлованың «Отаным- Қазақстан» әнін Бостандық ауданының «**Ақсұңқар» ардагерлер ансамбілі**, «Сенсің, әке айбыным» әнін орындаған ҚР Мәдениет қайраткері, **әнші Гүлмира Ақұрпекова**, танымал **әнші Ербол Құдайбергеновтің** орындауындағы ақын сөзіне жазылған «Болдым ғашық өзіңе» әнін, **Жанна Болатқызының** орындауындағы «Талдықорған» әндері студент қауымның көңілдерінен шығып, дүркін-дүркін қол шапалақтап отырды.

Кезек ақын Сайлаубай Тойлыбаевтың өзіне тиіп, Тәуелсіздігіміздің 25-жылдығына арналған «Тәуелсіздік таңы», «Қазақ елі – мәңгілік ел!», «Мен – Желтоқсанмын!» жырларын тыңдармандардың алдында оқып берді.

Кештің ең қызықты да тартымды тұсы ақын Сайлаубай Тойлыбаевтың немересі мен шөбересінің өнерлеріне залда отырған көрермен таң-тамаша болды. Алматыдағы Медеу ауданы, Бауыржан Момышұлы атындағы № 131 лицей-мектебінің 3-сынып оқушысы Мариям Утеованың жатқа оқыған «Ана тілім» өлеңі мен Алматы қаласы, Алатау ауданы, №181 мектептің 1-сынап оқушысы Ажар Дәулеткелдінің атасының сөзіне жазылған **композитор Мақсат Жәутіковтің «Әй-әй, бөпем!»** әнін нақышына келтіріп орындап, тыңдармандарының көңілінен шыққаны сонша, барша жұртты бір таң қалдырды.

Ақынның «жер жаннаты- Жетісудің» тамаша табиғатына арналған, бір топ өлеңдері мен туған жер жырларын осы университеттің Орман, жер ресурстары және жеміс-көкөніс шаруашылығы факультеттерінің студент жастары Нұрым Тоқтаралиев, Назерке Мақсұтова, Алмат Әуелтай, Дина Рысбаева, Әлібек Нұрислам, Еркебай Абдықалықтар оқып, тыңдарман құрметіне бөленді.

Ақын кешін әнші-композитор Ағайша Исағұлованың орындауында ақын сөзіне жазылған «Аталарым» әні мен қоса

тарланбоз ақын Жұматай Жақыпбаевтың сөзіне жазылған «Көкпар» әнімен аяқталды.

Бұл кешті ұйымдастыруға ұйытқы болған Қазақ ұлттық аграрлық университетінің **ректоры**, ҚР Ұлттық Ғылым Академиясының академигі, экономика ғылымдарының докторы, профессор **Тілектес Есполовтың** тікелей қамқорлығымен қоса, осы университеттің Орман, жер ресурстары және жеміс-көкөніс шарушылығы факультетінің **деканы**, э. ғ. д. профессоры **Құрмангүл Абаеваның**, осы университеттің **Тәрбие басқармасы бастығының** міндетін атқарушы **Асима Ералиевалардың** еңбектерін ерекше атай кету ләзім.

Осы кеште әл-Фараби атындағы қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің деканы С. Медеубектің Алғыс хаты, Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университетінің ректоры Д. Нөкетаеваның Құттықтау хаты мен Іле-Алатау мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің және Орталық Азия аймақтық экологиялық орталығының атқарушы директоры И. Абдуллаевтың ресми хаттары тапсырылды.

Жалпы, ақын жыры өзіндік қолтаңбасымен ерекшелініп, тындарман жастарды поэзия құдіретімен бір сусындатты. Тіптен жастар үлкен әсерде болғандарын жасыра алмады. Сөйтіп ақын Сайлаубай Тойлыбаевтың жыр кеші есте қаларлықтай болып, жыр сүйер қауымның көңілдерінен шықты. Бұл рухани жан азығына қосылған жақсы бір кеш болды деп айта аламыз.

ОЛЖАС АҒА ЖАЙЛЫ ОЙ (Олжас Сулейменов – 80 жас)

Құдайым жақсылықпен қолдаса, аға,
Қадірлі халқымызға, Олжас аға!
Қазақтың басындағы ауыр жағдай,
Білемін енді қайтып болмас, аға!

Жаманның жаттығынан сақтанамын,
Сырымды аға, сізге ақтарамын.
Ел үшін еңіреген бір өзіндей,
Қазақтың ұлдарына мақтанамын!

Дүркіреп «Қаратаудан...» көшкен елім,
Басыңнан көп қасірет кешкен едің.

Қалдырып ұрпағыңа мекеніңді,
Шыңдалып қиындықпен өскен елім!

Бір туған дарынымсың асылдан да,
Қазақта дау-дамай да басылған ба?
Соңыңнан шырақ алып түскендер бар,
«АЗИЯ» кітабыңыз басылғанда.

Қырғидай жан-жағыңнан шоқыды ғой,
Сол сәтте халқың қанша толқыды ғой.
Дегенмен не деседе «АЗИЯ-ны»,
Бәрібір іздеп жүріп оқыды ғой.

Семейім жалынды отпен шоқ татты ғой,
Аналар өз ұрпағын жоқтапты ғой.
40-жыл үні өшпеген жарылысты,
Бас болып Олжас ағам тоқтатты ғой.

Көтеріп даналықпен сөзіңді бір,
Халқың да қолдап кетті өзіңді бір.
Елінің қамын ойлап қайраттанған,
Сондағы қажымаған төзімді көр!

Қосатын біріктіріп бастарыңды,
Білсең ғой шабыт-тұлпар, асқақ үнді.
Қатерге басын тігіп қорғады ғой,
Кешегі желтоқсанда жастарымды.

Біреуге әлде мүмкін ұнамады,
Біреулер ұлтшылсың деп кінәлады.
Шетінен ұрып, соқса жастарымды,
Қалайша үнсіз іштен тына алады?

Болады иірімі ағыстың да,
Болады жақындығы алыстың да.
Қазақты қазақ етіп қорғап қалған,
Қарашы мысы басым намыстың да!

Елінің аңсап күткен ұлыстығын,
Жанымен бір өзіңдей ұғысты кім?
Бүгінгі дәл осынау заманда тек,
Елімнің тілейсің ғой тыныштығын!

Халқының қамын ойлап жанады деп.
Сонда да аяғыңнан шалады кеп.
Елінің жүрегінде ертеңгі күн,
Жақсының жақсылығы қалады тек.

Біреулер бұл ісінді бағалады,
Біреулер көре алмаудан табалады.
Қадірлеп өтейікші, қазағым-ау,
Бір туар Олжасымдай ағаларды!

Сескенбей сексеніңе шықтың аға,
Жаныңды жыр тербеген ұқтым аға!
Ендеше, Олжас аға, құтты болсын,
Сексеннің сал серісі, мықтым аға!
Сайлаубай Тойлыбаев, ақын.

**Халық Қаһарманы, ғарышкер
Айдын Айымбетовке!**

Алатаудай асқар биік, айбыным,
Ақ пейілден шуақ нұрын жайды күн.
Ғарышқа ұшты қазағымның ардақты,
Азаматы – Айымбетов Айдыным!

Еңбекпенен маңдай тері өтеліп,
Мақсаттар мен армандарға жетелік.
Тәуелсіздік қазақ елі атынан,
Ғарышқа ұшты көк туымды көтеріп!

Тәңір жолдың тарамдалған тармағы,
Осы болар бұл өмірдің бар мәні.
Бала кезден армандаған міне енді,
Орындалды Айдынымның арманы.

Сен жүргенде кеңістікте гүл егіп,
Жүрегіңмен жүрегіміз бір едік.
Сен қалықтап ұшқан кезде бар қазақ,
Аман-есен оралса деп тіледік!

Ақ тілегін армандаумен азаттың,
Көрдің бе тек күдіретін ғажаптың!
Әлем сонда құлақ түріп, таң қалды,
Орындалып бар тілегі қазақтың!

Арқалап ап ел сенімін, ел жүгін,
Қуанатын, шаттанатын келді күн.
Қазақ деген қаның бар да бойыңда,
Тарихымнан орын алдың сен бүгін!

Ұрпақ біткен тәлім алып сөзіңнен,
Айналасың сабырлық пен төзімнен.
Қазағымның Батыр ұлы Айдын деп,
Қашанда біз мақтанамыз өзіңмен!

Алға сүйреп тәтті мынау сезімді,
Жыр ғып айтар ғарышқа ұшқан кезіңді.
Тәңір ием қолдап, қоршап тек қана,
Тіл-көздерден сақтап жүрсін өзіңді!

Алатаудай асқар биік, айбыным,
Ақ пейілден шуақ нұрын жайды күн.
Халқымыздың Қаһарманы, ардақты,
Жасай бергін – Айымбетов Айдыным!

Сайлаубай Тойлыбаев, ақын

Лебедева Н. А.

Проявление сакрального в архитектуре Гуцульщины

Церкви Гуцульщины давно интересовали ученых. Они поражают особенной атмосферой сакральности, которая прослеживается в архитектуре, в наполнении душой природы, поскольку хвойное дерево, смерека, из которого они построены придает сооружениям особенное ощущение неповторимости. Сами строения неоднократно описывались с архитектурной точки зрения. Так, в научной статье «Крестцово-деревянные церкви как историко-культурные памятники Ивано-Франковской области» Тарас Маланюк отмечает: «Несравненные достижения украинского народа в этой сфере достаточно давно привлекали внимание культурного мира к деревянным церквям, которые были не только в большом количестве, но и являлись комплексным воплощением культуры народа, его духа – в архитектуре, живописи, резьбе и других искусствах всех времен» [2, с. 61]. По мнению ученого существует особый интерес со стороны других стран мира к Гуцульским церквям с самого начала их построения и до наших дней, что подтверждается найденными задокументированными данными древних источников. По утверждению Леси Малаховской под охраной государства на Ивано-Франковщине находится 587 памятников сакральной архитектуры, среди них 446 церквей и 88 колоколен» [3].

Цель статьи – используя научные исследования современных украинских учёных рассмотреть особенности церквей Гуцульщины.

Самые известные церкви: Святого Духа в г. Рогатине, церковь святого Иоанна Милостивого в г. Яремче, Аннозачатиевский храм и Дмитриевская церковь в с. Белый Ослов, Дмитриевская церковь в с. Кременце, Троицкая церковь в с. Микуличи, церковь Рождества Богородицы в с. Криворивня, Васильевская церковь в г. Косово, церковь Святой Варвары в с. Пистинь, церковь Святого Иоанна в с. Чергановка, Вознесенская церковь в с. Ясиня,

Петропавлявська церковь в с. Лазенщина, Успенская церковь в с. Дубовцы, церковь Святых Иоакима и Анны в с. Смодна. Т. Маланюк, ссылаясь на В.В. Вечерского утверждает, что все известные в Украине деревянные церкви относятся к одному из двух основных типов: тридольного или крещатого. «Крещатые храмы – обычно центричные, пятисрубные или девятисрубные. Они имеют нечетное количество верхов – один, три, пять, девять. Деревянные крещатые храмы сохранились практически на всей территории Ивано-Франковской области. Наибольшее количество этих сооружений сосредоточено на Гуцульщине» [2, с. 62]. Мнение кандидата архитектуры, профессора, лауреата Государственной премии Украины в области архитектуры, заслуженного работника культуры Украины Леонида Владимировича Прибеги, на высказывания которого ссылаются другие современные украинские исследователи, по мнению автора данной научной статьи, является самым точным в определении гуцульских сакральных сооружений. Он пишет: «Традиционный гуцульский храм пятисрубный, крестообразный в плане, одноверхий. Центральный сруб квадратный, одной ширины с притвором и алтарем или расширенный, всегда венчается восьмигранным палаточным верхом на барабане. Боковые рамы креста перекрываются коробовыми креплениями и покрываются двускатными крышами. С целью защиты нижних венцов сруба от намокания вокруг сооружения всегда устанавливали широкое крыльцо» [4, с. 127].

Церковь Рождества Богородицы в с. Ворохта, по утверждению Л. Прибеги, Л. Малаховский, Т. Маланюка, считается «самой совершенной по форме и пропорциям среди всех гуцульских» [2], [3], [4]. Была она построена в 1615 году в с. Яблуница, а в 1780 году церковь перенесли в с. Ворохта, «поставили на холме, где она возвышается над рекой Прут» [2], [3]. Особенность композиции церкви заключается в том, что «боковые срубы имеют небольшую глубину – около половины их ширины, восточный и западный срубы также мало удлиненные, что делает церковь в своей основе очень компактной» [2, с. 63]. Если смотреть изображение церкви Рождества Богородицы, то налицо центральный сруб, над которым построен восьмиугольный элемент, который заканчивается высоким шатром. Восьмиуголь-

ная надстройка более узкая, чем средний сруб. «Благодаря высокому крыльцу крыши, фонарику, маковке центральный объем Ворохтянской церкви получил свой особенный характер. Композиция стала пластичной, скульптурно вылепленной» [2, с. 63]. Согласно исследованию Л. Прибеги, первоначальная композиция храма осталась неизменной: крестообразная схема построения с центрально расположенным верхом.

К юбилею церкви Рождества Иоанна Крестителя в 2012 году украинские ученые заслуженный архитектор Украины, кандидат архитектуры, доцент, профессор кафедры дизайна Косовского института прикладного и декоративного искусства ЛНАИ Галина Николаевна Юрчишин и кандидат географических наук, доцент, преподаватель кафедры истории искусства и гуманитарных наук Косовского института прикладного и декоративного искусства ЛНАМ Иван Станиславович Вах издали книгу-альбом «К 100-летию Монастырской церкви Рождества Иоанна Крестителя. Страницы истории церкви Гуцульщины», где на основе архивных и литературных источников, газетно-журнальных публикаций рассказывается об истории церкви и особенности ее архитектуры [6].

Гуцульская школа народного храмового строительства имеет присущие только ей главные черты, которые описал архитектор Я. Тарас. Во-первых, это план в виде равнораменного креста. Также ученый определяет «план близкий к равнорамным крестам с незначительным сокращением боковых прямоугольных ветвей, план крестовый с короткими боковыми ветвями, план крестовый с незначительным сокращением боковых прямоугольных ветвей и удлиненным прямоугольным притвором, план крестовый с короткими боковыми прямоугольными плечами с удлиненным притвором или алтарем» [2, с. 63].

Таким образом, наблюдаем четкое использование сакральности фигур четырехугольника: крест теоретически является основой этой фигуры, и восьмиугольника, который символизирует гармонию числа восемь, бесконечность Вселенной.

Кроме внешней архитектуры, гуцульские церкви уникальны своим внутренним интерьером. Андрей Владимирович Климашевский посвятил свою научную работу обустройству интерьера деревянных церквей Западного Подолья и Покутья XVIII – нач. XX в. с точки зрения ансамблевости [1].

Он отмечает также черты, которые являются общими для изучения украинских церквей, как культового феномена – это интерьер церкви. «Обустройство церковного интерьера – важная составная часть традиционной украинской церкви, без него невозможно адекватное духовно-эмоциональное и художественно-эстетическое наполнение литургического пространства храма. Обустройство храма в соответствии с христианскими каноническими предписаниями формирует комплекс предметов оборудования (обстановки) церковного интерьера ритуально-обрядового назначения. Художественно-стилевая образность церковной обстановки непосредственно влияет на гармонию интерьера, его ансамблевость» [1, с. 5]. В книге Г.М. Юрчишин и И.С. Вах находим, что внутреннее пространственное богатство церкви Рождества Иоанна Крестителя м. Косово подчеркивается светотеневой игрой, вызванной источником света. Роспись стен храма выполнил известный мастер Владимир Гуз, предметы декоративно-прикладного искусства, которые использованы в обустройстве церкви, выполнены косовскими мастерами художественного дерева николаем Гавришем, николаем Матийчаком, Иваном Павликом, Иваном Балагуренком [6, с. 11].

В своем исследовании Андрей Владимирович Климашевский рассмотрел проблему ансамблевости достаточно подробно с точки зрения исторического развития. Он приводит древнейшие сведения об устройстве церковного интерьера в XVI в., обнаружив начальный этап времени внедрения специальной утвари в церкви на украинских землях, относящейся к периоду Древнекиевского государства. Исследователь обусловил украинскую традицию «наполнение внутреннего пространства храма канонически заданными предметами обстановки литургического пространства» [1, с. 10] и провёл сравнительный анализ многочисленных раритетов показав, что древнеукраинские мастера сумели творчески переосмыслить предметы заимствованные из сферы византийской церковной обстановки. При этом их приспособляли к новым условиям в соответствии с местной народной эстетикой, применив собственные художественные приемы, давние традиции декорирования. В пользу этого свидетельствуют источники такие как миниатюры летописей, иконопись, мозаики, фрески [1, с. 10].

«На Гуцульщине аналогично храмостроительство не имело сложившихся региональных различий и поэтому в целом не отличалось от аналогичных предметов из храмов других территорий Древнекиевского государства, находясь под сильным влиянием традиции Византии» [1, с. 10] – отмечает ученый.

А. Климашевский акцентирует своё внимание на наличии ренессансных тенденций, проявляющихся во внедрении пристенных алтарей, многоярусных иконостасов, разнообразии форм и конструкций предметов церковной обстановки, их декоративных элементов» [1, с. 12].

«Благодаря новому объемно-пространственному решению храмов интерьеры наполнялись новой, обстановкой больших масштабов с богатым декором» [1, с. 12].

Главную роль в церковном интерьере играет многоярусный иконостас, который развился из первоначальной предалтарной перегородки в сложный художественно-стилистический ансамбль живописи и резьбы. «С тех пор все другие предметы церковной обстановки занимают подчиненное положение к иконостасу» [1, с. 6].

В свою очередь, достаточно подробно декоративную резьбу храмов изучал украинский искусствовед Михаил Приймич. В диссертационном исследовании «Декоративная резьба в сакральном искусстве Закарпатья XVIII – XIX веков (История. Типология. Художественно-стилевые особенности)» ученый отмечает, что «направлением воздействия на сакральное искусство Закарпатья была Галиция, где новые художественные принципы для нужд украинской церкви были адаптированы в XVI в. и откуда они были принесены в Закарпатье Галицкими мастерами, в частности Вышенской (г. Судовая Вишня Львовской обл.) иконописной школы. Вполне можно предположить, что и некоторые формы резьбы попали на закарпатскую Верховину также из Галичины» [5, с. 5]

По утверждению А.В. Климашевского стилистические черты барокко широко проявляли себя в обустройстве церковных интерьеров, в предметах обстановки, формируя целостный барочный ансамбль с резными в этом же стиле иконостасами. Благодаря экспрессивным барочным формам и декора, широкой резьбе и полихромии, интерьеры деревянных храмов становят-

ся более динамичными. В соответствии с идейной концепцией нового стиля все внутреннее пространство храма от иконостаса до мельчайших предметов обстановки украшается с доселе невиданной пышностью.

«Резьба многоярусных иконостасов, сделанная руками мастеров-профессионалов, была одним из главных факторов ориентации народных мастеров резьбы по дереву, создателей предметов церковной обстановки на барочные тенденции. Они пытались использовать опыт специалистов в изготовлении подсвечников, киотов, аналоев т.д.» [1, с. 4]. Опираясь на исследования М.В. Приймич, можно сказать, что на Гуцульщине сформировалась собственная школа иконостасной резьбы, которая в своей художественной выразительности является неповторимым образцом сакральной культуры человечества. Общая классификация иконостасов и резного оформления, по утверждению украинского ученого, показывает становление пятиярусного иконостаса с традиционными для украинского искусства расположением ярусов. Эта структура, несмотря на значительные художественные заимствования, осталась неизменной до начала XX в. [5, с. 6]

Учёный пришёл к выводу, что художественно-стилевые приемы и декор не являются постоянными и зависят от многих факторов: существующих церковно-приписных требований, исторически обусловленных конфессиональных различий, разновременных функциональных потребностей, разностилевых художественных влияний, местных традиций, экономических возможностей и эстетических вкусов заказчика, материала, специфики объемно-пространственного решения самого интерьера и др. В результате суммарного воздействия этих факторов и складывается комплекс церковного интерьера – как сборно-композиционный функциональный ансамбль различных предметов внутреннего пространства храма.

«Интерьеры деревянных церквей Гуцульщины наполнены особым народным колоритом с выраженной региональной спецификой (локально выраженными стилевыми признаками)» [1, с. 10].

Главным элементом церковного интерьера Гуцульщины является многоярусный иконостас, который с середины XVII в. становится духовным и художественно-эстетическим центром

внутреннего церковного пространства. Исследования показали, что от полноты всех составляющих элементов обстановки внутри церковного здания, стилистической гармонии между ними зависит ансамблевость обстановки в целом, затем – целостность восприятия всего интерьера храма. Фактически художественное решение комплекса церковной обстановки непосредственно влияет на композиционную и стилевую завершенность внутреннего церковного пространства [1, с. 18].

Когда мы говорим о гуцульских иконостасах, следует остановиться на резьбе по дереву. По утверждению М. В. Приймич, новые стилевые принципы отделки интерьера нашли отражение практически во всех деревянных храмах. «К изменениям в интерьере и его отделке подводили также изменения в литургии. Очевидно, под влиянием монастырских традиций в восточной церкви появляются триконхы, в боковых округлениях которых располагались резные скамьи, пюпитры и тому подобное. Очевидно, под католическим влиянием в церквях Закарпатья и появились скамьи для сидения, при северной стене устанавливался пышно резной амвон, над престолом на колоннах располагался резной балдахин, а сам престол ставился на возвышение из трех ступенек. с конца XVIII в. престолы особенно пышно декорировались резьбой и живописью». Ученый также отмечает, что в храмах использовали резные подсвечники, паникадила, ручные, процессионные и престольные кресты. «Особо важное значение имели местные традиции народной художественной резьбы. Устойчивым традиционным достоянием оставалась техника плоской резьбы, популярная и для XVIII, и для XIX в. Именно поэтому западноевропейские инспирации середины XVIII в. не копировались, а творчески переосмысливались и, таким образом, вводились в интерьер закарпатских храмов» [5, с. 12].

Ученый посвятил даже целый раздел своего исследования художественно-стилевым особенностям резьбы иконостасов.

Изучая народные черты в резьбе иконостасов, Михаил Приймич пришел к выводу, что развитие резьбы было сильно подвержено традиционным подходам к манере исполнения, что привело к плоскостности, схематичности самой резьбы, где главным выразительным средством был контур. Для закарпатской сакральной резьбы характерно широкое, как и в народном

искусстве, использование анималистических мотивов (дельфины, змеи-драконы и т.д.), а также одним из доминирующих становится мотив спелой виноградной грозди. Прослеживаются также западноевропейские влияния на формирование художественно-стилевых особенностей закарпатских иконостасов.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Подводя итог анализа указанных научных исследований, можно говорить о том, что сакральная архитектура Гуцульщины проявляет себя, свою неповторимость в наличии церквей, колоколен, церковного интерьера и декора.

Гуцульская школа строительства храмов имеет особенные присущие ей черты. Это план в виде креста, являющийся равнобедренным, и подобные ему. Здания пятирубные, одноэтажные, с квадратным срубом в центре, также одинаковой ширины, восьмигранным шатром, куполом и крестом. Имеет двускатные крыши. Народные мастера творчески переосмыслили предметы церковной обстановки в соответствии с гуцульской эстетикой, применили собственные традиции декорирования в иконостасах, интерьерах, фресках. Целостность восприятия сакральности деревянных церквей Гуцульщины дополняется художественным решением комплекса церковной обстановки, композиционной и стилиевой завершенности внутреннего пространства, осуществленного посредством искусства резьбы по дереву народных умельцев.

Литература

- 1 Клімашевський А. В. Облаштування інтер'єру дерев'яних церков Західного Поділля та Покуття XVIII – поч. XX ст. (проблема ансамблевості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.06 «Декоративне і прикладне мистецтво» / Андрій Володимирович Клімашевський. – Львів, 2002. – 20 с.
- 2 Маланюк Т. З. Хрещаті дерев'яні церкви як історико-культурні пам'ятки Івано-Франківської області. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.journals.pu.if.ua/index.php/kk/article/viewFile/976/1020>
- 3 Малахівська Л. Світліни Лесі Малахівської. – Електронний ресурс. Режим доступу: <http://risu.org.ua/ua/index/blog/~Комунікатор/38512/>
- 4 Прибега, Л. В. Дерев'яні храми Українських Карпат. – К.: Техніка, 2007. – 168 с.
- 5 Приймич М. В. Декоративне різьблення у сакральному мистецтві Закарпаття XVIII – XIX століть (Історія. Типологія. Художньо-стиль-

ові особливості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.06 «Декоративне і прикладне мистецтво» / Михайло Васильович Приймич. – Львів, 2001. – 21 с.

- 6 Юрчишин Г. М., Вах І. С. До 100-річчя Монастирської церкви Різдва Івана Хрестителя. Сторінки історії церкви Гуцульщини / Г. М. Юрчишин, І. С. Вах. – Чернівці: «Колір-Друк», 2012. – 136 с.

Аннотация: На основе анализа современных украинских научных исследований рассмотрены архитектурные особенности церквей Гуцульщины. Доказано, что гуцульская школа строительства храмов имеет особые черты. Целостность восприятия сакральности церквей Гуцульщины дополняется художественными особенностями комплекса церковной обстановки. Также характерно творческое переосмысление предметов церковной обстановки.

Ключевые слова: Гуцульщина, церкви, резьба по дереву, сакральный, архитектура, иконостас, декор.

Manifestation of sacred in the architecture of Gutzulshina

Abstract: The article is dedicated to the architectural features of the Hutsul churches, based on the analysis of modern Ukrainian researches. It is proved that Hutsul school building of temples have special features. It is a plan in the form of a cross. The integrity of the perception of the sacredness of the Hutsul churches is complemented by artistic features of the Church complex situation. Creative recomprehending of church setting things has been characterized.

Key words: Huzulschyna, church, wood carving, sacred, architecture, iconostasis, decor.

Рысбаев С.К.

Сочинение как творческая деятельность ученика

Одной из важных задач школы при обучении родному языку, является развитие у детей письменной, устной речи и их культуры. Вся эта работа осуществляется совместно и в комплексе на уроках языка и литературы. Язык и литературу нельзя рассматривать как разные предметы. Так на языковых предметах мы уделяем внимание на лексико-грамматическое строение слов, а на уроках литературы мы делаем упор на литературно-эстетическую и композиционно-содержательную часть. Все это вместе взятое составляет цель изучения родного языка. Цель кыргызского языка и литературы – развитие устной и письменной речи, культуры общения, умение точно, ясно, грамотно и образно выразить свои мысли.

Основной формой самостоятельной письменной работы ученика по-прежнему остается сочинение. В программе по кыргызскому языку вопросам написания сочинения уделено большое внимание. Для этой цели в школах, начиная с 8-го класса, выделены специальные часы и дана их тематика. Однако, это не означает, что надо только тренировать ученика правильно писать сочинение, на занятиях необходимо заострить внимание учителя на работу с учениками. Включенный в программу «Байланыштуукеп» (Связная речь) тоже дается с целью ориентации ученика на написание письменных работ как сочинение, изложение, докладов и тем не менее, они не могут показать полностью научно-методические направления этой работы. В школах Кыргызстана в Базисном учебном плане на письменные работы в 5–6-х классах выделено 47 часов. Из них в 5 классе – 6 часов, в 6 классе – 5 часов, в 7 классе – 8 часов, в 8 классе – 7 часов, в 9 классе – 7 часов, в 10 классе – 8 часов, в 11 классе – 6 часов. Такое распределение часов по классам мы считаем правильным и вполне обоснованным. При составлении календарного плана учителя сами по мере возможности и необходимости распределяют их по четвертям.

Но используются ли учителями эти запланированные часы? Проводятся ли ими письменные работы, в том числе и по написанию сочинений. Каким должна быть научно-методическая подготовка у учителей? Отвечают ли сочинения, написанные учениками, современным научно-методическим требованиям? Такие вопросы не могут не беспокоить методистов и учителей-практиков. Прочитав сочинения учащихся, мы не можем найти ответы на все вышесказанные вопросы. В реальности обстановка следующая, сочинения, которые дети пишут на уроке кыргызской литературы, по типу и жанру очень бедные. Ученики пишут сочинения скучные, похожие друг на друга по содержанию. Многие сочинения характеризуются тем, что очень похожи на тексты из учебника, которые переписываются из книги слово в слово.

Учащимся не даются правильные направления при подготовке к написанию сочинения. Поэтому оценивать такие непродуктивные, без содержательные сочинения очень сложно. Так как эти сочинения не упираются на факты или же списаны из книг, в них наблюдается шаблонное мышление, бедно изложена мысль, язык стилистически однообразен. В таких случаях понятие сочинение как творческая деятельность ученика не отвечает своему названию.

В таких сочинениях учащихся наблюдается похожие недостатки: отсутствие творческих размышлений, собственного анализа, жанрового многообразия творческой фантазии.

Как мы понимаем цели и задачи сочинений в школе? Удивительно, что посвященные этим проблемным вопросам опубликованы только две книги кыргызских ученых-методистов. Одна из них – доктора педагогических наук, профессора Б. Алымова «Мектепсочинениеси» (Школьное сочинение), (Фрунзе. 1979) и вторая – доктора педагогических наук ученого методиста А. Муратова «Сочинение кандайчажазылат?» (Как пишется сочинение?), (Бишкек, 1991) .

В действительности же в нашей республике в научной методике преподавания кыргызской литературы в школе именно профессором Б. Алымовым одним из первых опубликован серьезный труд, посвященный вопросам подготовки детей к написанию сочинения, позволивший ученикам получить не формальные знания, а овладеть творческими навыками. Доктору педагогичес-

ких наук Муратову А. удалось дальше развить идеи Алымова Б., благодаря его усилиям были раскрыты отдельные его секреты. В трудах этих ученых имеются многочисленные примеры по проведению научно-методического анализа письменных работ школьников. Приводятся достаточное количество рекомендации и советов по написанию сочинения как для учителя так для и учеников. Например: «Писать сочинение, – отмечал А. Муратов – это наука, которой надо учиться всю жизнь, никто никогда не может сказать, что полностью овладел этим видом письменной работы».

И чем глубже мы вникаем в нее, тем больше открываются новые секреты, новые просторы для размышления, словно бесконечная вселенная.

Одним из важных видов творческой письменной работы ученика, является сочинение, в котором содержится система требований определяющие речь ученика, уровень развития культуры речи и проверка грамотности.

Методист А. Муратов, давая объективную характеристику сочинениям, одновременно проводит анализ очерков, рецензии, статей, репортажей, повестей, писем, песен, драм и осуществляет анализ используемых в нем разновидностей слов.

Ценность этого труда в том, что ученый дает научно-методическое определение критерия оценивания сочинении учащихся, подтверждая их доказательствами через типичные, пунктуационные и стилистические ошибки в работе. Следует отметить, что и в русской литературе проблеме написания сочинений посвящены немало трудов. Среди них можно отметить ученого-методиста Ю.А. Озерова «Раздумья перед сочинением» (М.: «Высшая школа», 1990).

Автором в книге даются типы классификации проблемно-тематических сочинений, которые в дополнении к теории литературы могут укрепить технические знания ученика по предлагаемым темам художественных текстов, идеи, системы образов, композиции и др. В конце предлагаются образцы сочинений, темы и их примерные планы. Эта книга является большим помощником для старшеклассников и полезной для учителей школ.

В практике работы кыргызских школ, как известно всем, существует 2 типа сочинений: литературное сочинение и сочинение

на свободную тему, и 3 вида сочинений: биография, творчество писателя, теоретико – идейные значения системы образов. Оценивание сочинений производится по содержанию и грамматическим ошибкам, основное внимание при этом уделяется его содержательной части. Неоспоримо то, что это начало формирования литературно -теоретических ценностей школьников, но самое главное, что такие понятия на долго сохраняются в душе. Что можно узнать через сочинения?

Во-первых, через сочинение можно узнать уровень литературного знания, сформированность этико-эстетических чувств учащихся;

Во-вторых, можно узнать состояние грамотности в его письменной и устной речи ученика;

В-третьих, умеет ли самостоятельно размышлять, собирать и анализировать факты, обобщать и делать заключение.

В-четвертых, определить гражданскую активность, уровень патриотического и общественного сознания, в целом позволяет оценить духовное развитие самого ребенка.

Через сочинение раскрываются цели и задачи, мысли и думы автора. Хочется сказать, что сочинение – это развитие литературного знания, эстетических чувств и духовного образования ученика. Это связано с тем, что в основном материал сочинения всегда основывается на литературном произведении и на фактах из жизни, опыта ученика, в его работе отражаются взгляды, размышление о прочитанном.

Несомненно то, что в основу сочинения ученика на свободную тему должны лечь факты из жизни, его отношение, мысли о будущем, среда где он живет, его реальные представления о картине окружающего мира. Как мы должны достичь этого?

Во-первых, необходимо воздержаться давать ученикам однотипные, похожие по содержанию тексты, надо по каждой теме сочинений объяснять его тип, жанровые особенности и различия.

Во-вторых, обратить особое внимание на подготовку ученика к написанию сочинений. Для этого нужно заранее ознакомить учеников с образцами готовых текстов, с художественно-композиционными построениями, языковыми средствами, а также разобрать его стилистические и другие особенности. Без таких

системных и повседневных усилий невозможно хорошо подготовить учащихся к написанию сочинений.

Говоря о требованиях к выпускникам 11-го класса по кыргызской литературе следует отметить, что они должны отражать следующие аспекты:

- функция литературы, роль литературы в обществе, эстетическая служба, познавательность, нравственно -воспитательная функция;

- этапы развития процесса кыргызской литературы, его главные тенденции и традиции.

- сюжеты прочитанного произведения, композиционные особенности, системы образов;

- идейно-нравственная проблематика произведения;

- типичные, индивидуальные качества в характере главного героя произведения;

- знание основных признаков литературно-теоретических источников;

- описание событий в художественных произведениях, описание разных ситуаций, умение устно рассказать и на основе этого представить сюжетную картину;

- уметь анализировать и определять идейно-художественное единство и ценность произведения, при этом, не искажая позицию автора;

- умение выделять и показать основную проблематику произведения;

- уметь выделять основные элементы сюжета, композицию, систему образов и умение доказать средствами языка идейную художественную ценность произведения;

- уметь самостоятельно и объективно оценивать прочитанное произведение;

- уметь составлять план сочинения;

- уметь написать сочинение по изученным произведениям с разной формой и содержанием;

- готовить рефераты, доклады на литературные темы;

- уметь писать аннотации и рецензии по прочитанным произведениям и др.

Все вышесказанное помогает повысить уровень литературных знаний учащихся, понимание произведения, умение самостоя-

тельно анализировать образы, а также развивает письменную и устную речь.

В результате у учащихся формируются устойчивые навыки написания сочинений. В научных трудах Озерова в практике работы школ выделяется 3 вида проблемно-тематических принципов. Это: сочинение-характеристика, литературно-критическое сочинение и сочинение на свободную тему. Далее эти три вида сочинений подразделяются по следующим особенностям:

1. Сочинение-характеристика: характеристика одного литературного образа (героя); характеристика-сравнение двух литературных героев; описание нескольких литературных героев; общая характеристика литературных героев.

2. Литературно-критическое сочинение: анализируется одна тема; характеризуются отдельные моменты творчества писателя или дается характеристика его тематики; исследование содержания и формы по проблемам, описанным в произведении; анализ критико-дискуссионных статей; анализ общественно-исторических событий, изложенных в произведениях.

3. Сочинение на свободную тему: отражение личных наблюдений; личные размышления и переживания.

Все вышесказанное являются основными типами сочинений в общеобразовательных школах Кыргызской Республики.

Ученик может достаточно творчески отнестись к написанию сочинений, если его заранее ознакомить с темой, типом и жанром, на которую он будет писать сочинение. Как нам хорошо известно, существуют следующие стили речи: разговорный, литературно-художественный, публицический, официально-деловой и научный. Как отмечает методист А.М. Гришина-Земскова, есть 3 вида жанра – художественный, публицический и сочинение в научном жанре. («Сочинение в газетных жанрах»). 4–8 кл. М., 1997, 8–6). Методист А. Баланкин писал, что сочинение можно делить на 8 видов: сочинение на литературную тему; сочинение на свободную тему; сочинение – рецензия; портретный очерк: сочинение – сравнение характеристик; сочинение – аннотация; сочинение – повесть; сочинение – фельетон и др.

Все вышесказанное, на самом деле, дает толчок самостоятельному мышлению ученика. И при этом следует давать различ-

ные способы составления композиций, формирования предложений, на которые ученик обратит свое внимание.

Теперь поговорим о жанровых разновидностях сочинений. Методист Ю. А. Озеров предлагает следующие виды сочинений: сочинение – характеристика; сочинение – литературный портрет; сочинения – рецензия; очерк-сочинение; сочинение в виде литературно-критических статей; сочинение – памятка; сочинение – дневник; сочинение – песня.

Вместе с этим методист по каждому виду сочинения выделяет особые характерные признаки, композиционные различия и предлагает некоторые образцы. Это хорошая и полезная научно-методическая и практическая помощь учителю и ученику.

Но несмотря на то, что все вышесказанное является необходимым и правильным, их нельзя навязывать ученику. Поэтому их надо давать ученикам с учетом возрастных особенностей. Эти рекомендации можно применять в классах с литературно-лингвистическим уклоном или в профильных (журналистский, с углубленным изучением языка). На основании проведенных выше исследований и на основе практики работ для кыргызских школ мы предлагаем следующие виды сочинений:

- 1) Сочинение-характеристика (анализ образов);
- 2) Сочинение-очерк (описание жизни и творчестве писателя);
- 3) Сочинение-рецензия (анализ произведения);
- 4) Сочинение-публицистика (чаще всего на свободную тему);
- 5) Сочинение-рассказ или сочинение- новелла (на примере образа героя и на его основе творчески составить свободный образ);
- 6) Сочинение-поэма (на основе одного образа или на свободную тему);
- 7) Сочинение-пьеса (полемического характера, в виде беседы);
- 8) Сочинение-репортаж (изложение событий);
- 9) Сочинение-этюд (описание природы);
- 10) Сочинение-фантастика (жизненные происшествия, обогащенные фантастическими сюжетами);
- 11) Сочинение-сказка (реальные обстоятельства превращают в сказочный сюжет или в их сочетании);
- 12) Сочинение-постановка (зная судьбу героев самостоятельно фантазируя, пишет новое произведение);

13) Сочинение-эссе (сокращенное описание сюжета или содержания произведения);

Такие жанровые особенности сочинений помогут детям критически посмотреть на литературные произведения, сформулировать личные взгляды на творчество автора.

Литература

- 1 Алымова Б., Мектепсочинениеси». – Фрунзе, 1979.
- 2 Муратов А., Сочинение кандайчажазылат. – Бишкек, 1991.
- 3 Озеров Ю. А., Раздумья перед сочинением. – М.: Высшая школа, 1990.
- 4 Гришина-Земскова А. М. Сочинение в газетных жанрах, 4–8 кл. – М., 1997.
- 5 Рысбаев С. К. Окуучунундил баяны. – Бишкек, 2013.

Аннотация. Автор предлагает один из способов развития устной и письменной речи, культуры общения, умение точно, ясно, грамотно и образно выражать свои мысли при изучении кыргызского языка и литературы. Formой самостоятельной письменной работы ученика автор рассматривает сочинение.

Ключевые слова: изучение кыргызского языка, лексико-грамматическое строение слов, сочинение, классификации проблемно-тематических сочинений, развитие устной и письменной речи.

The composition as a creative activity of students

Annotation: The author proposes one of the ways of development of oral and written speech, the culture of communication, the ability to accurately, clearly, correctly and vividly express their opinion in the learning of the Kyrgyz language and literature. The form of independent written work of students the author considers the composition.

Key words: learning the Kyrgyz language, lexical and grammatical structure of words, composition, and classification of problem-thematic composition, development of oral and written speech.

Sarsekeeva N.K.

Problems of studying a literary text in a communicative paradigm

Conditions for the existence of mankind in the XXI century urgently demand the transition to a strategy of development of society on the basis of dynamically updating knowledge and high-performance technologies, including rapidly developed communication strategies in philosophy, culture and other humanities. In view of the foregoing, we note that today there is paid special attention to the formation of communicative culture of the future specialist-philologist, teacher of language and literature. It is known that anthropometric model of language description, which has become one of the major achievements of the whole philological science of the twentieth century, is intended to increase attention to all manifestations of the activity of the text's author, which owns the role of organizing and synthesizing the beginning of all types described reality.

As part of this work is very important to be submitted as the leading global semiotic thought belonging YM Lotman idea of the text as a «meaning-device» and types of intertextual communication, «artistic behavior» addressee perceiving the text [1, p.84].The object of our attention is the activity of the implicit author, increasingly manifested in the works of contemporary world literature providing the opportunity for different reading the main story situations. It does not matter which one offers the reader versions or variants takes place in reality («extra-textual» reality «). Implicit author is interested not so much what is happening, but how it happens, and what the consequences for the further development of the plot conflicts has an occasion.

In this article the object of attention is the novel contemporary Russian emigre writer **Sasha Sokolov** «A School for Fools». He is the only Russian writer of the second half of the twentieth century who was highly appreciated by **Vladimir Nabokov**. The famous Russian-American writer called this work «charming, tragic and touching

book.» It was the first novel of S.Sokolov published in the USA (1975) after his departure abroad. Prominent American professor of Slavic Studies Carl Proffer translated the novel into English and helped to publish in the publishing house «Ardis», United States. S.Sokolov's prose is the novels «Between Dog and Wolf» (1979) and «Palisander» (1985) became known for publication in the foreign publishing house and Russian readers could read them only during the adjustment period.

«School for Fools» is characterized by very complex narrative structure: in the novel sound different voices of the narrator – «student» and his counterpart, of his (their) mother, of the teacher Paul Norvegov, also called Saul, of implicitly «impersonal» author, as well as many random characters (neighbor in the queue, train dispatchers etc.). In a short time to accommodate as much as possible situations, the author gives to the narrator power that allows him to subdue a period of time: the last moves freely from the future to the past and back again. The narrator characterizes the usual notion of time: «We have with it, with time, some confusion, confusion – all is not as good as it could be. Our calendars are too arbitrary, and numbers, which have written there, don't mean anything like counterfeit money ... Also I would like to say that each person has their own special, unlike to other's the calendar of life...» [2, p. 37-38].

The narrator seeks absolute freedom, freely treating the time, denying it the opportunity to influence the events of his own life according to the will of the author: «... recently (this minute, soon), I floated (float, I'll float) down the big river on a boat. Until that, (then) many times I've been (will be) there and I'm familiar with the surroundings. It was (it is, it will be) a very good weather ...» [2, p. 39].

Habitual perception of time as a reality is insufficient for implicit author. It is known that time flows not only at the time of the events, but when all has already happened. Past in the S.Sokolov's novel constantly continues and continue to occur after an event has already occurred. Not by chance in the title of the novel featured a musical term «school» – in such way called collections of Studies for young musicians («for fools»). From the «music» of different character's «life calendars» composed some action, in which music, layering of word is more important remember the Mandelstam: «We were the music in the ice ...»). In addition, in the Russian culture image of Ivan the

Fool is not clear: as it known, he became smarter than everyone else ...Mental disorder of narrator, a boy with a forked consciousness, who is a student of the school for mentally retarded children, is motivated by the narrative technique of the novel. The hero is a teenage boy who believes that he has a twin, sometimes does not distinguish illusion, own dream from reality. As critic A.Zorin noted: «Sokolov's poetics is characterized by the simultaneous existence of several strands not only the central narrator, but factually all of the other characters [3, p.252]. Their voices on equal conditions included in the narrative, thereby contributing to the creation of a special polyphony.

The narrator differentiated from the surrounding amazing spirituality, warmth and kindness. «School for Fools» is pervaded by the poetry of childhood – the time of special closeness to the nature and the greatest fullness of life, which is very close motivated to Vladimir Nabokov's many Russian novels, particularly in memoirs and autobiographical novel «The other shore». But instead of poeticized by Nabokov the noble mansion figured the Cottage for sale, where the hero lives «in her father's house,» prosecutor's assistant (in Nabokov's novel – lawyer), not very attractive person, unlike from Nabokov's idealized character. The pupil of the school as well as Nabokov's hero loves butterflies and cycling («because the bike – it is always good in any weather, at any age»), but unlike him is not able to distinguish the incidents in terms of their significance in view of the split personality and some «selective memory». He seemed to live in the paintings which scrolls on the screen of consciousness. He is fall love with his teacher of botany Veta Arkadievna, the subject of hopeless boyish passion. His beloved tutor, Paul (also known as Saul) Petrovich Norvegov, also fall in love with pupil Rosa Vetrova, who studies at the same special school. In the mind of the hero Veta Arkadievna Akatova easily converted into a «branch of acacia», then in the railway line on which trains go from the city to the country. Roza Vetrov same miraculously transformed into the geography teacher Norvegov's professional symbol, the favorite student, and exposor of lies and falsehood.

Belonging to a childhood and a willingness to suffering, lust for life and resignation, beauty and corruption are merged into a single context: «... northern branch, the branch of acacia or, say, lilac blooms white flowers that smell of creosote, vestibule dust, cigarette smoke,

looms along the right of way, evening tiptoed back into the garden ... branch is fall asleep, but the trains which symmetrically placed on it, running in the dark, calling on the name of every flower ...» [2, p.18]. Text can be built up as continuous inner monologue addressed to the «other» himself. In this monologue erased any time and cause-effect relationships, and «events», which is narrated, are perceived as a multidimensional event: «... sleep, sleep smelling creosote branch wake up in the morning and the color fades after the rash petals eyes semaphores and dancing in beat your own wooden heart, laugh at the stations, be sold a passing departing and cry and cry naking in the mirror compartment as your name, I known as a branch of acacia branch railway line, I ... take me here I still take it fades quite inexpensive at the station, I'm no more ruble I sold tickets and want to ride as free auditor will not ...» [2, p.19].

In the structure of the story is still possible to identify a number of sites – the love of the hero to the teacher and the associated with internal experiences and episodes (imaginary courtship to her); split hero after he tore a river lily «nymphaea Alba» (nymphaea now becomes the name of his «other himself» and acts as an opponent in relation to the Veta Arkadievna); history of dismissal «by magic» and teacher Norvegov's a very strange death, talked about it to his disciples, who came to visit him in the country. At the same time he appears as a postman Mikheev (he is also Medvedev) Sender Wind, immortal prophet Saul, who is also Paul of «Acts of the Apostles.» One of the three epigraphs, premised the novel, is an extract from this source and the style reminiscent of «weaving of words»: «Then Saul, who is also called Paul, filled with the Holy Spirit, looked intently at him, said ...». The second epigraph to the novel is a group of verbs exceptions, «rhythmically organized for easy memorization», «Chasing, hold, run, hurt, hear, see and twirl, and breathe, and hate, and depend on, and endure.» It is connected with a hard life of pupil of a special school, the «excluded» from the usual society. As for the third epigraph: «The same name! The same look! «, this phrase, as indicated in the epigraph, taken from a short story by Edgar Allan Poe «William Wilson» in which the hero pursued his double. When the hero finally managed to kill the twin, it turned out that he killed himself. It is interesting that in the Vladimir Nabokov story «Horror» shows a similar situation that requires special study in connection with the problem of reflection in the writer.

As an element of intertextuality in the novel there is unnamed by author another Edgar Allan Poe story «The truth about what happened to Mr. Waldemar», where hero «shows» own death in the first person as a teacher Norvegov at S.Sokolov. Last sitting on the school windowsill, angrily tells pupils that he apparently died. Lotman wrote that it was the peculiarity of the sender is most valuable as a text message. Thus, the speech stream of consciousness beginning writer often has the character of the mythological perception of the world to limit the generality of the surroundings: «How was it called? The river was called», And how was called the station? – I can not see from a distance. The station is called», «Came those who came» and others. Next to the images of violence and cruelty, which contribute to the creation of motives humiliation of children, the stupidity of the authorities of the school for the mentally retarded inmates («Fools»), in parallel, without interfering with them, with the help of free verse language is formed, implicit author's internally ordered, free imagination. The narrative is determined by the dynamics of rhythm, clutch phonetic and grammatical associations.

For example, the word «tickets» comes through the river Leta, also arises about Land of the Lonely Nightjar, gentle bird Nightingale, etc. Disappeared as a result of some kind of metamorphosis «student» like a ghost, does not leave any traces even in the sand of the river Leta (!), which can be crossed in that and in other directions. Interestingly, in an interview with American journalist John Glad [4] Sasha Sokolov spoke about his concept «disinterest narrative element,» citing the fact that life itself plotless and literature – «is not about that».

Before the final of the «School for Fools» takes place the conversation between the author and the narrator, several times accentuates the communicative nature of the text: «Apparently, our story is nearing its end, and the time to decide what the titles we will put on the cover» [5, p. 256]. The book's title is given by the narrator, by analogy with the «School for the piano,» «School for the barracuda,» moreover, «Nymphaea said that you can only write about it, because only about it and should be written ...» (author's irony concerning the writer's rapture is obvious). However, the ubiquitous enemy of lie in all its forms, Saul Petrovich had already sold a skeleton as testament, «in installments», to the pro shop, where «**real (highlighted by the**

author of the article) skeletons are much more expensive than artificial» [2, p.257].

This action evokes the narrator excited flood of memories about «knowledge-hungry, bold truth-seekers, Saul's and his principles and statements heirs». Despite internal disagreements, «pupil» and his «alter ego» Nymphaeum and author, whistling «silly songs» together go to the «street with thousands of feet» and «magically» transformed into passersby. So once again built up «extra-textual art-life text», which, according to Lotman, mutually exclusive options are implemented at the same time both in terms of the speaker, and from the point of view of the hero.

Discussed material teaches the importance of deep study in any artistic discourse or text saying of its communicative orientation, and, in particular, the organization of the narrative. In addition, the analysis made it possible to identify the four most common in the modern world literature strategy: appeal to the reader (listener) and established dialog, a straight, simple lines of statements, tendency to clarifying the previously said and tendency to emotion. These strategies are implemented in the text by selecting the appropriate language resources.

References

- 1 Lotman Y.M. (1970), *The Structure of the Artistic Text*, Moscow. – 384 p.
- 2 Sokolov S. (2001), *School for Fools*, Saint Petersburg. – 272 p.
- 3 Zorin A. (1989), «Sender wind», *New literary Review*, no. 12. – P. 246-257.
- 4 Glad D. (1991), *Conversations in Exile*, Moscow. – 320 p.

Abstract: The object of attention is the communicative aspects of the analysis of the art text: the image of the author, and the specifics of narrative. The peculiarities of the author's narrative prose of Sasha Sokolov on the novel «School for the fools» are analyzed. The necessity of differentiation of the author and the narrator & neutral style for a more accurate interpretation of the literary text is proved.

Key words: The image of the author, narrative, communicative paradigm, literary text, the plot

Аңдатпа: Назардың объектісімен мұндай көркем мәтінді талдаудың коммуникатив аспектілері шығып тұрады бұл автор бейнесі және нарратив ерекшелік. Романы С.Соколов «Дурак үшін мектеп» қаршыға авторлық нарративы талдау жүргізіледі. Ол әдеби мәтіннің дәлірек түсіндіру үшін авторы және жүргізушісі қажетті саралау орнатады.

Түйін сөздер: бейне, автор, баяндау, коммуникативтік парадигма, әдеби мәтін, сюжет

Аннотация; Объектом внимания выступают такие коммуникативные аспекты анализа художественного текста как образ автора и специфика нарратива. На примере романа С.Соколова «Школа для дураков» проводится анализ авторского нарратива. Устанавливается необходимость дифференцирования автора и повествователя для более точной интерпретации литературного текста.

Ключевые слова: образ, автор, повествование, коммуникативная парадигма, литературный текст, сюжет

Takhan S. S.

**Literary elements in a sociopolitical discourse expounded
by A.Bukeikhanov in his Russian essays**

Alikhan Bukeikhanov was a leader of the Kazakh national liberation movement in the first two decades of the twentieth century, who became an ideologue of the first national newspaper *The Kazakh* (1913-1918) and coordinated awareness raising activities aimed at defining national priorities as revolutionary processes unfolded in the Russian Empire.

A.Bukeikhanov's journalistic discourse on the pages of *The Kazakh* newspaper centered around the urgent need for suspending, or at least streamlining, the movement of landless peasants from Russia, Ukraine and Baltic region to Kazakhstan I (*The third Duma and the Kazakhs, The Duma and the Kazakhs, The Fourth Duma and the Kazakhs* - all in 1913).

However, Bukeikhanov had dwelled on the migration's adverse social consequences for the Kazakh people in the Russian press long before the emergence of Kazakh periodicals. In 1908-1910 he published a series of essays in a St. Petersburg journal *Siberian questions* that revealed in depth the colonial essence of the Russian Tsarist migration policy. These essays are: *The Kyrgyz¹ at a conference of the Steppe Governor-General, Resettlement land plots in the Akmola region, Russian settlements deep in the Steppes, The bureaucratic utopia, The crisis of office relocation, Nobody's money, The settlers in the Tarski Urmans, Clear the way: the sheep master's a coming, The unnecessary Governorate Genera* (Bukeikhanov A, 1995: 249-251).

A.Bukeikhanov's essays are notable for their complex socio-communicative function. Having chosen the Russian language to

¹ Here and elsewhere the word Kyrgyz should read as Kazakh, since the Kazakh people were referred to as the Kyrgyz-Kaisak prior to the 1917 October Revolution in Russian historiography that made no clear distinction between the two different nomadic nations of Kazakhs and Kyrgyz, until proper names were assigned later to these nations.

translate the political demands and spiritual needs of the Kazakh people oppressed by the Russian Empire, the author relies extensively on the figurative and expressive resources of the Russian literary speech to achieve the pragmatic goal of preventing further destructive impact of the criminal Tsarist policy on the Kazakhs' life foundations. Bukeikhanov brings forth abundant ethnographic, geographic, sociological and political material to instill in the reader an understanding of the dramatic situation of the aboriginal Kazakhstan inhabitants, doing this in a way that elicits images and associations activating imagination and engaging the recipient in a co-existence experience.

Bukeikhanov's texts are framed to communicate with the extensive Russian cultural context with an underlying literary canon that has been consistently focused on sympathy for the working man on the soil and the satirical ridicule of those in power.

The accuracy and logical consistency in the presentation of the material, being the textural foundation of his essays, are complemented with a lively dispute surrounding the events covered, involving a large historical and literary commentary, which facilitates the typification of certain socio-political phenomena that stirred profoundly the contemporary free thinking Russian public.

The manner of presentation is animated by a simulation of a direct dialogue with opponents at the level of text macrostructure. The sense of validity and relevance of the arguments expounded is achieved by frequent direct or indirect quoting from the statements and odious speeches of the supporters of barbaric colonization, with immediate political or ethical evaluation on the lexical and phraseological level, often based on works by Russian writers and publicists present and the past. On the other hand, Bukeikhanov is no stranger to the fictionalization of the narrative by way of constructing an original narrative that might include an allegorical tale, historical reminiscences, landscape sketches, a vivid rendering of the amusing incidents from the life of the Kazakhs.

Bukeikhanov interprets the land issue on the same plane as the vicious practice of incompetent and irresponsible imperial administration as being interdependent, so that the entire corpus of his essays in Russian can be considered as a single socio-political discourse. However, the abundance in this single discourse of literary

elements allows us to consider its structure through the prism of language frame changes, plot complications, genre diffusions, that is, using literary tools.

The essay *Russian settlements deep in the Steppe Region* is a brilliant example of the contextual expansion of a political discourse through literary allusions, reminiscences, figurative perception of the direct and indirect topical quotes, which is characteristic, to a greater or lesser degree, of his other essays on the resettlement issue.

A. Bukeikhanov deliberates on the reasons for the steady yearly reduction of crop yields on the lands allotted to the migrants, leading to the conclusion about the fallacy of the original idea of unmeasured expansion of the agricultural sector to an area with a sharply continental climate and poor soil salts, which the Steppe Region happens to be.

The vagaries of weather, when frosts can strike in late spring, and drought can persist all summer long, when the luxuriant grasses covering river valleys in spring testify to the land's stable fertility and soon fade from lack of water, when all that sprouted in the early summer may wither towards autumn under the hot sun, except for the Kurai and Kokpek, the traditional keep for Kazakh grazing cattle - all this inevitably turns the agricultural labor of the newly formed peasant farms into a highly risky and unnecessary venture. Quite unpredictable climatic metamorphoses characteristic of the Steppe are personified by the author in a dual character of an old hag-girl from a fairy tale:

«At the threshold of a hole, from which a thin strip of underground blue smoke whirls out, sits a woman. She is hideous as Baba Yaga, might be her just as well, lonely and evil like a poisonous snake, the victim of human love, a hypocrite snake. However, who knows who she is?» - injects the ertekshy (storyteller) to intrigue the listeners.

«It was nighttime,» he added, continuing the tale. «The stars twinkled with the last faint light, the polar star and the distant lightning still visible. The dawn illuminated the east, and the virgin sun rays, as a brave knight, at this moment, were kissing the clouds, licking the tops of the mountains.

There was no hole and no smoke now: an Akorda (*Khan's white tent*) was standing at its place, and at its threshold - a Khanness of wondrous beauty.» The ertekshy put in that it was not his business, the old crack that he was, to describe the girl, and continued, «The Khanness was slender and supple like a young vine branch, her eyes

black as ripe currant, the eyebrows black as ink were like the wings of a swallow, the teeth like pearls and white as snow. The Khanness' kiss is as stinging as snake poison and as sweet as virgin love».

At night there had been a storm: it was the source of life - the rain; the wind of love had been blowing, demolishing and razing all the filth of the hellish serpent; the brave knight had stopped beside that woman: having drunk of his abundant strength, she turned to a Khanness. Everything in the world is deceptive, teaches the tale, no one would ever tell in this queen of love a barren old hag or a poisonous snake' (Bukeikhanov A, 1995: 221).

This poetic miniature is of aesthetic value, it has the compositional maturity and distinct character suggestiveness that is achieved through the imagery built up. While being an absolutely individual piece of work, the tale perfectly relays the notable features of the Kazakh folklore poetics (the dichotomy of motifs, framing as a method of content presentation, the abundance of paraphrases and tropes in the descriptions of characters and situations).

Bukeikhanov translates the language structure characteristic of Kazakh folklore as a product of centuries of cultural process, into the other, the Russian language code, in order to represent as best as possible the national world view of the Kazakhs.

However, in the essay's general composition this poetic masterpiece is given a more important role of a keynote in a pragmatic discourse in which the description of the real frustration of migrants about the yields on the newly acquired Steppe lands comes in tune with the mood inspired by the fairy tale, that of the ephemerality of changing nature images, in which all is blurred, illusory and deceptive. Quoting an official report on the disappointment of the Razdolnoye village (Atbasar district) settlers with their chosen meadows, which delighted them in the spring with rich and motley grasses, and in autumn were nothing but scorched salt marshes, Bukeikhanov concludes: '...the whimsical Kyrgyz steppe replaced the Khanness with Baba Yaga'.

The metaphorical personification of the Central Kazakhstan nature and climate in the form of an old woman-girl in a fairy tale allows Bukeikhanov to liven the essay's factual material by activating archetypal motifs in the mind of the reader, so the recourse to a folk story maximises the effect. Under the influence of the tale's energy this part of the essay's text succeeds in exposing the psychological

dynamics of the social biography of a large group of people, i.e. the immigrants, united by a common hard fate. The author's overall strategy of understanding the dramatic circumstances in which the peasant settlers found themselves against their will, determines an extensively figurative representation of social, economic and geopolitical problems accompanying the collapse of the imperial agrarian policy in Kazakhstan.

Bukeikhanov skillfully uses figures of speech and language that allow him to simultaneously and accurately convey the atmosphere of pessimism prevailing among the settlers, the euphoria that swept the colonial administration over the «easy» solution of the issue of accommodating a large mass of immigrant farmers on the new land, and the anxious concern of the democratically minded society about the political consequences of the perverse social experiment: 'In the winter of 1892 the Tavolzhian village settlers became ill with scurvy. An *official doctor* came to the village, and told the sick, the hungry and poor peasants to eat onions and drink mare's milk (kumis). «The Kyrgyz will pour you that kumis stuff like there's no end of it, you only have to drink», said the *venerable doctor in a case...* In that year, the Steppe administration managed to falsify reports about the sorry situation of migrants left without a harvest in their new land, to make the crop failure look like a rare unfortunate freak of nature. The doctor, in his belief in the miraculous healing power of kumis appears as a horse-quack who undertook to treat men, yet the ignorant colonial administrators of the Russian agrarian policy plagiarize him, that is, by vulgarly applying his «healing» tricks to the accommodation of the hungry Russian peasants, who were implicated, through promises of *milk rivers in a honey valley*, into a disastrous political adventure. Kumis can't cure scurvy, just like the agrarian question in Russia cannot be resolved with the handouts of Kyrgyz salt marshes. «The Kyrgyz will endow you with Belovodye, just go to him and leave us,» say the *pashas and eunuchs of landlordism* to peasants and push them away. For how long?' (Bukeikhanov A, 1995: 230)

The text's persuasiveness is achieved with a vigorous third-person allusion-filled narrative complicated by direct speech, which allows for an intersection of viewpoints. A dense thought space is created, which also takes on multiple dimensions. There are three vocal positions: the first, that of the author, objectively tragic, the

second, that of an average Russian intelligentsia member in the service of imperial administration, farcical and hypocritical, and the third, that of the advocates of the forced displacement of landless peasants to Kazakhstan from the right political camp, arrogant and aloof. The text composition allows a spontaneous overlap of close-ups and long shots of ideas, merging into a single long-term political tendency the indifference to the migrants' deplorable situation and the heartless consumer attitude to the indigenous people of the Steppe as demonstrated by the ordinary Russian professional intelligentsia and colonial officials at various levels.

The racy *doctor in a case* phrase alludes to Chekhov, who, in his story *The man in a case* artistically epitomised in the character of teacher Belikov a whole layer of the Russian social life that was characterised by increased protective psychology among the Russian intelligentsia as a result of degenerative populism that turned their environment into a swamp of ostentatious allegiance, often with a Black-Hundredist touch. The author's nonce-word *official doctor*, in contrast to the subsequent epithet of *venerable doctor*, underlines a situation where intelligentsia's socially and politically inept opinion regarding the Kazakhs' duty to treat the impoverished immigrants with kumis coincides with the conviction of the Russian landed aristocracy ideologues in government service that the Kazakhs by definition are supposed to provide newcomers with the «Belovodye».

The ironic expression *milky river in a honey valley*, which describes the beliefs of the Tsarist agrarian policy advocates about the settlers' 'comfortable existence' in Kazakhstan, will often appear in Bukeihanov's essays to refer to socially dangerous illusions entertained by the supporters of extensive agricultural colonization about the radiant life prospects of new waves of Russian peasants displaced to the periphery of the empire.

While the «Belovodye» mythologem is projected on the attitudes toward the immigrants' social needs, another one also occurs in this essay, the «White Moorland», expressing the reactionaries' chauvinistic attitude to the Kazakh people deprived by the endless land expropriation acts. The latter mythologem is embedded in the context of a heated debate that unraveled in the State Duma of Russia in 1907-1912 on the agrarian question, which divided the social movement into two hostile camps: the revolutionary democracy and the conservative-

autocratic apologetics. Bukeikhanov comments with passion on all the vicissitudes of the right and left ideological clashes that are in any way correlated with the Kazakh peoples' socio-economic difficulties resulting from brutal land oppression. His attention doesn't overlook the persistent circumstance that the calls of the rightists from the Duma rostrum for extended colonization in the Steppe region are accompanied with a denigration of the Kazakh people, humiliation of their national dignity, and a denial of even the slightest civilizational importance of their historical path.

His satirical eye falls upon well-known political figures, as well as notable and inconspicuous officials of the colonial administration who consistently approved and carried out the anti-national policy of ousting the 'unwanted' Russian peasants from the black-earth zone of Russia to Kazakhstan, including Markov N., Deputy of the III and IV State Duma from the Kursk Governorate, scandalously famous as the leader of the Black-Hundredist Union of the Russian People whom the rightists called *the Kursk bison*; Neklyudov P., Deputy of the III State Duma from the Kharkov Governorate, member of the Volchansk town council, famous for his chauvinist attitudes and rabid xenophobia; Vasilchikov I., Chief officer of land management and agriculture, who allowed a 'forced movement of the borders' in the interests of landowners; Kryukov, Director of the Department of Agriculture, who spoke at a meeting of the Resettlement Department in 1907 about the possibility of dealing with the Kazakhs in the same way as the Americans did with the Indians, and others.

In a section devoted to risks of farming in the lands that are favorably located along the lower Nura river, the author emphasises that even here the Russian settlements are chronically unable to fully provide themselves for the winter with hay, as their own meadows are not enough and leased haying will take travelling hundreds of miles away. To the north lies a barren and uninhabited steppe Muzbel covered only with pig weed, abounding in swamps, easily caving in under the weight of animals and people. The exposition, compelling in its picturesque, ends with a rhetorically effective conclusion: 'In this kingdom of kokpek (pig weed) and untasty cream neither Kryukov «the American» nor hosts of Kursk and Volchansk bisons will grow even a bread grain. It's here that the benefactor of the Kyrgyz people Mr Kryukov wants to grant land, 200 acres per farm. Favor for favor – one

good turn deserves another! Come Messrs. of Kursk and Volchansk yourselves, to the kokpek steppes – the Kyrgyz people can be grateful - take not 200 but 20,000 acres per farm and turn the «White Moorland» into America - as Mr Neklyudov, the third State Duma Deputy from Volchansk, put it in a parliament speech addressing the absent Kyrgyz people' (Bukeikhanov A, 1995: 230).

In Russian folklore the «White Moorland» refers to a legendary, unknown country, inhabited by white people who are, however, completely opposite in nature and spirit to the Slavs. Underlying this concept is an ethnological differentiation regarding the people on the African continent between the «black moor» (blacks) and white Arabians. In the nation's fantastic conscience the term «White Moorland» transforms into a mythologem absorbing a whole set of absurd and distorted ideas about the life of the mysterious and hostile inhabitants of the countries to the south and east of Russia.

Bukeikhanov's essays are characterised by a circumlocutory ironic style. Periphrases that reveal, in an artistically convincing way, a class-specific and chauvinist background of the ostentatiously lofty speeches and political gestures of the adherents of the agrarian reform, to some extent impart an accusatory undertone to the predominantly objective sociological research into the causes of the resettlement failures. The author's assessment of figures who hypocritically reason in favor of applying the experience of North American pioneering during the agricultural Steppe colonization, while being absolutely ignorant of the hydrography of spaces allocated, are often clothed in the form of an antithesis: 'No matter how much you boast of a culture taken off someone else's shoulder and of your own barbarism, you are not going to make up, not with a single tear, for the lack of moisture in the Kyrgyz region'.

The abundance of rhetorical questions, exclamations and appeals, which heat up the accusatory pathos of essays and specify the addressees of criticism, also significantly adds to Bukeikhanov's unique individual style: «*Is not this the «American» treatment of the Kyrgyz?»*, «*this will paint the pink dreams of Messrs bisons somewhat dark, but please love, Messrs, the black color not only in the Black Hundreds!*», «*Is not this what Prince Vasilchikov called «the colonization of the wild Asian rims?»*» (Bukeikhanov A, 1995: 242-248) and many others.

In conclusion, A. Bukeihanov in his Russian articles brilliantly realises the capacities of newspaper journalism to effectively influence the mood and behavior of the audience while addressing social conflicts and problems requiring immediate solution or long-term management. The publicist achieved his goal, as he invariably underpinned a clear statement of position with such lingual organization of text that could affect the deep strings of the addressee's soul, arousing in the latter a conscious or unconscious urge to respond. The literary context of Bukeihanov's essays shows that his culture of reasoning is integrated with the tradition of profound spiritual quests of the best of the Russian creative intelligentsia and, therefore, is perceived as an organic product of the Russian literary universe, while his general socio-political orientation is characterised by an honest desire to take into account the «Russian factor» in the future state-building in Kazakhstan as one that will continue to influence the process of ethnic and cultural identity of the people of Kazakhstan.

References

- 1 Alikhan Bukeikhanov (1995) Selected works (ed. R. Nurgaly). Almaty: The Kazakh Encyclopedia

Abstract: The article elaborates on literary manifestations in the socio-political discourse held by A. Bukeikhanov, a leader of the national liberation movement of the Kazakh people, in his Russian essays. A. Bukeikhanov is shown to have been oriented to a great extent towards a broader Russian cultural context in his choice of literary tools. It is demonstrated that underlying that cultural context is a literary canon that has been consistently focused on sympathy for the working man on the soil and satirical ridicule of those in power. Revealing the futility of the Russian imperial policy of resettling Russian landless peasants in the Kazakh lands, the author skillfully uses all sorts of speech techniques and rhetorical figures in Russian, allowing him to typify the socio-political phenomena characteristic of the life of Russian border regions at that time, manifesting a general crisis of autocracy.

Key words: cultural context, literary canon, allegorical fairy tale, allusion, mythologem, metaphor

Андатпа: Мақалада қазақ халқының ұлт-азаттық қозғалысының көшбасшысы Ә. Бөкейхановтың орыс тілінде жазылған очерктерінің саяси-әлеуметтік дискурсында орын табатын әдеби көркемдіктің ерекшеліктері ашылады. Автордың әдеби құрал-саймандарды таңдауда орыс мәдени контекстін негіз еткені көрсетіледі. Бұл контекстің негізінде еңбек адамына

деген көзайымдық және билік тұтқасын ұстағандарды сатиралық келемеждеу әдеби каноны жатқаны дәлелденеді. Орыс патшалық қоныс аудару саясатының нәтижесіздігін көрсету мақсатында көсемсөз иесі әртүрлі риторикалық фигуралар қолданады, сол арқылы Ресей империясы шеткері аймақтарындағы әлеуметтік-саяси омірдің құбылыстарын типтейді де орыс мемлекетінің жалпы дағдарысқа ұшырағанын дәлелдейді.

Түйін сөздер: мәдени контекст, әдеби канон, ертегі-аллегория, аллюзия, мифологема, метафора

Аннотация: В статье раскрываются особенности проявления художественности в социально-политическом дискурсе очерков лидера национально-освободительного движения казахского народа А.Букейханова на русском языке. Обосновывается высокая степень ориентированности автора в выборе литературного инструментария на обширный русский культурный контекст. Доказывается, что в основе этого контекста лежит литературный канон, который был устойчиво сконцентрирован на симпатии к человеку труда на земле и сатирическое осмеяние власти предрержащих. В целях показа бесперспективности русской имперской политики переселения безземельных русских крестьян на казахские земли публицист мастерски использует всевозможные речевые приемы и риторические фигуры на русском языке, позволяющие ему типизировать социально-политические явления, характерные для жизни окраин России того времени, как проявления общего кризиса самодержавия.

Ключевые слова: культурный контекст, литературный канон, сказка-аллегория, аллюзия, мифологема, метафора

ГЛАВА IV

НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Алина А.Д.,
Ғылыми жетекшісі: Ахметжанова А.Т.

Қызықты әрі танымды – «Asian Community»

Біріккен Азия Қоры арқасында мен және менің оқудағы достарым Азия қоғамы («Asian Community») атты пәнді тәмамдадық. Бұл курс биылдан бастап шығыстану мамандығының оқу бағдарламасына енгізіліп, міндетті оқу пәндерінің біріне айналды. Бұған дейін шығыстану факультетінде «One Asia» деген қосымша дәріс курстары болып қана аталғанымен, жыл сайын тыңдаушылары артып, студенттер мен оқытушылар тарапынан қызығушылық танытқандар көбейген соң, факультетіміздің басшылығы бұл эллективті курсты негізгі бағдарламаға енгіздіру үшін бар жігерін салды. Сол себепті, **Чан Бенг Сун** мен **Мионг Сун Ок профессорларының бастауымен**, осы жылы «Азия қоғамы» деген атқа ие болып, жаңа деңгейде қайта өтілді.

Бұл курс «One Asia Foundation» ұйымының бастауымен өткізіледі. Біріккен Азия Қорының құрастырған Ёдзи Сато (Yoji Sato) деген Жапонияның танымал әрі табысты бизнесмені. Тегі кәріс Сато мырза, 1968 жылы Васэда университетін тәмамдап, 1978 жылы Dupam атты кішігірім компаниясын құрған болатын. Қазіргі таңда оның компаниясы Жапониядағы ең үлкен және беделділердің бірі болса, Ёдзи Сатоның өзі бизнесмен ғана емес, Азия атты алпауыт аймақтың бірігуіне барын салып жүрген азамат.

1992 жылы құрылған Еуропа Одағы өзіне жиырма сегіз мемлекетті біріктіре алды. Және де бүгінгі күні аймақтық интеграцияның ең жоғарғы дәрежелерін көрсетіп, бір-бірінің мүддесіне толықтай жауап береді деп айта аламыз. Сол сияқты Ёдзи Сато да, жаңа, алпауыт одақ құрастыру үшін, әлемдегі ең ежелгі әрі көлемі жағынан да басқалардан асып түсетін – Азия аймағындажан-жақты байланыстарды кеңейту арқылы, тапқан

табысына Біріккен Азия Қорын құрды. Бұл қордың арқасында, бүкіл Азия мемлекеттеріндегі ғалымдармен желілі байланысқа шығу, мәдени, саяси, экономикалық байланыстармен қоса, кең ауқымды салаларды қамти алатындай мүмкіндікке ие болып, түпкі мақсатына жету үшін үлкен жұмыс атқарылып жатыр.

Солай, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетіндегі «One Asia Foundation» қоруәкілдерінің жауапкершілігімен, қыркүйек айынан бастап, біздің қызықты да танымды пәніміз басталған еді. Әдеттегідей бірінші дәрісіміз, пәннің кіріспесі және мән-жайын түсіндіруге арналды. Одан кейін әр дәріс өзінің қайталанбас ерекшеліктерімен есімізде қалды. Неге десеніздер, өткен 4 айдың ішінде, тәлім берген оқытушыларымыз сабақ сайын ауысып отырды. Бұл «Asian community» курсының басқа пәндерден қарағанда өзгешелігі деп түсіндім. Ондай амал бұл пәнге деген барлық ғалымдардың әрі студенттердің қызығушылығын арттырудың бірден-бір әдісі болды. Сонымен қоса, дәрістеріміз әр кезде әрқалай өтіп, қазақ, орыс, ағылшын және кәріс тілдерінде жүргізілді. Бұл дәріскерлеріміздің Азияның түпкір-түпкірінен келуімен түсіндірілді. Бір семестрде қазақ, түрік, орыс, кәріс ұлтты тәлімгерлеріміз болды.

Бір семестр бойы тыңдаған дәрістердің әрқайсысы өте қызықты болды. Әсіресе менің есімде сақталып қалғандары: профессор Чан Бенг Сунның Корей аралдары туралы дәрісі мен профессор Надинова Гульнар Ермуратовнаның «Экотеологияның» мәні жайлы жан-жақты, пайдалы мәліметі.

Профессор Чан Бенг Сун – әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің Шығыстану факультетіндегі Қиыр Шығыс кафедрасының оқытушысы әрі Қазақстандағы «Asian community» қоғамының директоры. Чан Бенг Сун – Оңтүстік Кореядан келген корейтанушы. Біз – болашақ шығыстанушылар үшін оның әрбір дәрісі жаңа мағлұматқа толы, шетел ғалымдары және ғылыми орталықтарының тұжырымдамаларын қамтитын, дәлелденген ақпараттан тұрғандықтан өте танымды өтті. Ол дәрістерін тек Кореяға қатысты емес, барлық Қиыр Шығыс елдерін қамтитын мәселелерді көтеріп, сол аймақтағы мемлекеттердің арасындағы көптен бері шешілмей келе жатқан жанжалдарды, кикілжіңдерді, болашақта тіке-тіреске әкелетін мәселелерді сөз етті. Оның үстіне, профессор дәрістерін кәріс тілінде жүргізіп, Корея Респуб-

ликасының азаматы ретінде айтылған мәселелерге деген өзіндік пікірімен бөлісе тұра, біздің де білімізді сынап, әрдайым орынды сұрақтар қойып отырды. Сол себепті, біз мамандығымызға тікелей байланысты алуан түрлі ақпаратқа ие болып, тіл байлығымызды да кеңейте түстік.

Келесі ерекше айта кететін дәрістердің бірі, профессор Г.Н. Надированың жаңа «экоотеология» түсінігі жайлы баяндамасын айтқым келеді. Экоотеология дегеніміз, «эко»латын тілінен – үй, баспана, «тео» болса, грек тілінен құдай, ал «логос» қайта грек тілінен – ілім, ғылым деген мағыналарды өзіне ұштастырған, құрама-күрделі сөзболып келеді. Сөзге сәйкесмәні деөте қиын философиялық және діни ұстанымдар мен заңдарды біріктіріп, адамзаттың қоршаған ортасындағы мәселелерді шешуге арнап құрастырылды десем артық айтпаспын. Бұл ілім кез-келген діни ағым, наным мен сенімдер арқылы адам санасына әсер етіп, экологиялық мәселелерді бірлесіп шешуге бағытталған.

Әлемде мындаған дін түрлері бар. Және де ол діндерді ұстанатын адам болғандықтан, тікелей не жанама түрде әрқайсысы табиғатпен жанасып, байланысқа түседі. Сонымен бірге, қандай да дін болмасын, сенім арқылы адам санасына ықпал етуге тырысады. Сол себепті, ғалымдар «экоотеология» ілімін енгізіп, дін арқылы адамға қоршаған ортаны қорғау, ластануды тоқтату, табиғат – біздің ортақ үйіміз екенін түсіндіруге тырысып жүр. Экоотеологияның бұндай ерекшеліктерін айта кете, профессор Г.Н. Надирова арабтану, исламтанудың үздік маманы болғандықтан, дәріс кезінде, бізге экоотеология ғылымын ислам діні арқылы жеткізуге бар күшін салды. Гульнар Ермуратовна экологияға қатысты Құранда келтірілген Алланың сөздерін түпкі деректемесінен, яғни араб тілінен оқып, аударып, әр сөздің мағынасын ашып беріп, тікелей дәлелдемелердің арқасында бүкіл тыңдармандарды экоотеологияның іс жүзінде жұмыс істейтініне сендірді. Сонымен бірге, басқа да діндерде, табиғат адамның бөлінбес бөлшегі деген тұжырымдар бар әрі олар ешкім үшін жаңалық болмағанымен де, сол ақпаратты, заңдылықтарды дұрыс қолданғанда, адамдар өзіне ғана емес, айналасына да назар аударып бастайтынын бөліп айтты. Тіпті экоотеология ғылымы, қазіргі кезде, батыс елдерінде кеңінен қолданылып, жүргізілген үлкен жұмыс, өзінің жемістерін беріп жатқанына назар аударылды.

Экотеология батыста көмегін тигізіп жатса, әлемдегі барлық дерлік діндердің пайда болған мекені – Азияға да өзіндік серпін берері сөзсіз. Сондықтан, бұл түсінікті соңғы жылдары мүлдем тұрақсыз Азия елдерінің арасына да енгізу керек деген ой көтерілді. Әрине, қазіргі таңда, ислам дінін бұрмалап, зұлымдықпен айналысып жүргендердің саны күннен-күнге өсіп келе жатыр. Біз бұған толыққанды қарсылығымызды білдіре тұра, сол адамдардың бар күшін, көңілін ұрыс-керіс пен соғысқа емес, қоршаған ортаны қорғауға арнағанда, адамзатқа деген қаншалықты пайдасын әкелетінін дәріскер апайымыз айрықша баса айтты. Шынымен де, ислам дінінің жалауы халықаралық экологиялық – гринпис ұйымы сияқты жасыл түсті болғандықтан, осындай қарапайым байланыстарды табу арқылы да, баршамыздың ортақ үйіміз – табиғатты қорғау керек деген оймен дәрісіміз тәмамдалды.

Менің балалық шағымда, Алматы қаласында «Мен таза қала үшін» атты қозғалысы пайда болған еді. Сол кезден бері теледидарда көрсетілген жарнамалар болсын, ақпараттарға құлағымды тіреп, ден қойып тындайтынмын. Мектепте, кейін университетте де сенбіліктерге белсене қатысып, туған қаламның тазалығы үшін кішігірім болса да, өз үлесімді қосуға әлі күнге дейін тырысып келемін. Сол себепті, Г.Н. Надированың дәрісі, шын мәнінде, маған өте қатты әсер етті деп сеніммен айта аламын.

Сонымен, жоғарыда айтылған екі дәріс тек мен үшін ғана емес, барша азия халықтарына пайдасы тиетіні мәлім. Ыдзи Сатоның бастамасымен бүкіл Азия елдерін жайлап бара жатқан «Азия қоғамы» пәні мән-мағыналық, дәстүрлі, рухани әрі саяси тұрғысынан бізге – Азия халықтарына, бір-бірімізді тануға үлкен ақпараттық негіз береді.

Ал біз, болашақ шығыстанушы болғандықтан, Азия елдерінің өмірі, салт-дәстүрі, тарихы және т.б. жайлы жоғары деңгейдегі біліміміз міндетті түрде болу керек. Азия – жер шарындағы құрлықтың 30%-ын қамтып, адамның қоныстанған жері бойынша да бірінші орынды алады. Сондықтан шығыстанушыға бұндай аймақты толыққанды қамту, біздің профессионалды парызымыз. Ал «Asian community» курсы бізге оқып, зерттеп жатқан аймағымыз жайлы жан-жақты ақпарат алуға көмектесіп, болашақта

білімді, бәсекеге қабілетті маман болуға өз серпін тигізді деп ойлаймын.

Болашақта «Asian community» пән болып қана қоймай, ашық, кең ауқымды, танымды дәріс ретінде жұмысын жалғастырса, шын мәнінде Біріккен Азия Фондын құрастырушы әрі басшысы Ёдзи Сатоның арманы мен мақсаты орындалып, жұмысы барлық Азия елдеріне үлкен табыс әкеліп, Азия одағы шындыққа айналады деген ойдамын.

Әдебиеттер

- 1 Environment And Some Aspects Of Religious Education // «Eurasian Journal Of Social Science And Humanities» 2016 2- Том, №2, 46 – 50 бб., 5 – б.
- 2 Said, Edward W. Culture and Imperialism. 1994. – 346 p.
- 3 Acharya. A. Whose Ideas Matter: Agency and Power in Asian Regionalism. Ithaca, NY, US: Cornell University Press, 2009. – 527 p.

Abstract. The author reveals the features and innovations in teaching elective courses for the specialty of Oriental Studies, entitled «Asian community». The history of the «One Asia Foundation», its goals, objectives and significance of this foundation for students are also described in detail.

Key words: Foundation, Yoji Sato, Asiatic Society, the Asian Union, a new discipline, Korean island, ekoteologiya.

Аннотация. В статье автор, раскрывает особенности и инновации при преподавании элективных курсов для специальности востоковедения, под названием «Азиатское сообщество». Также подробно описывается об истории создания Фонда «One Asia Foundation», о его целях, задачах и значении данного фонда для студенческой молодежи.

Ключевые слова: Фонд, Ёдзи Сато, Азиатское сообщество, Азиатский союз, новая дисциплина, корейские острова, экотеология.

Булатова М. Б.
Руководитель – Тахан С.Ш.

Социальные медиа и журналистика

Журналистское сообщество в настоящее время сильно влияет на развитие новых технологий. Доказательством является развитие новых медиа (*new media* англ.) – формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента. Тем самым, новые медиа – это термин, который обозначает появление компьютерных, цифровых и сетевых коммуникаций и технологий в конце 20 века [1]. Однако сегодня понятие «новые медиа» интерпретируется более широко и многопланово, но окончательное и однозначное понимание не достигнуто [2]. Мы исходим из того, что понятие «новые медиа», прежде всего, отражает изменения коммуникативного и социального пространства под воздействием компьютерных технологий.

В последние десятилетия наблюдалась стремительная трансформация медиа благодаря появлению компьютеров и интернета. Однако это не характеризует новые медиа, потому что спустя некоторое время онлайн-издания и цифровое телевидение стали считаться традиционными. Обычные же традиционные медиа стали обрастать новыми технологиями (например, цифровая обработка изображений перед публикацией или использование компьютерных инструментов для сортировки, корректировки, преобразования исходного журналистского материала в заметку или репортаж).

Роль интернета крайне важна в становлении *new media*, поскольку он позволяет одновременно использовать для передачи информации текст и изображения, видео и аудио.

Ключевой момент в идеологии новых медиа – интерактивность. Почти 30 лет назад *new-media* определили как коммуникационные технологии, которые обеспечивали интерактив-

ность вида пользователь – пользователю и интерактивность между пользователем и информацией.

Сейчас любой человек при минимальном техническом оснащении способен создать собственное медиа-издание в любом формате: текст или изображения, аудио или видео. Следовательно, новые медиа полностью меняют в обществе модель коммуникаций и способ общения людей друг с другом.

Активно обсуждаются и исследуются изменения в журналистике, появились новые ее разновидности («мультимедийная журналистика», «конвергентная журналистика» и др) [3]. Новые медиа работают с новыми медиаформатами – интернет-представительства (порталы) онлайнowych СМИ; интернет-СМИ; интернет-ТВ (вебкастинг); интернет-радио (подкастинг); мобильное ТВ; блогосфера; кино, рассчитанное на интернет-аудиторию; социальные сети; twitter; виртуальные сообщества; виртуальные игры; другие ресурсы Веб 2.0) [4]. Технологически новые медиаформаты требуют делать вебкасты, подкасты, делать фото, вести блоги, следить за социальными сетями, форумами и видеохостингами, активизировать аудиторию, вовлекать её в производство. В системе новых медиа востребованы новые специалисты (новые медиапрофессии): журналисты для новых информационных потоков, мобильный журналист, журналист-аналитик (умеет работать с базами данных, вылавливая интересные закономерности), сетевой специалист – репортер, редактор сетевого сообщества, редактор-агрегатор, фактчекер (от английского fact checker – тот, кто проверяет достоверность информации), мультимедиа продюсер [5]. Разрабатываются новые формы организации работы редакции (мультимедийные, конвергентные и распределенные редакции) как «совокупность новых форматов работы изданий по привлечению аудитории с использованием наиболее актуальных и востребованных инструментов визуализации информации, донесения её до аудитории и вовлечения аудитории в создание содержания издания» [6].

Развитие социальных медиа в новых условиях позволило увеличить способность людей взаимодействовать со средствами массовой информации и сотрудничать посредством пользовательского контента, гражданской журналистики и публицистики участия.

Интенсивность и глубина наблюдаемых в современности взаимодействий социального сообщества и СМИ достигло такой степени, что отношения между журналистами и аудиторией / гражданами можно назвать даже «симбиотическими».

В новых медиа актуален новый медиаконтент, который появился на основе следующих принципов формирования и распространения: любой может создавать информацию; любая история может быть рассказана и услышана; любая информация может получить реальную стоимость; любая информация превращается в коммуникацию; современная информационная среда скорее подконтрольна пользователю, чем создателю контента [7]. Технологически для «новых медиа» характерны признаки: конвергенция, дигитализация, интерактивность и принадлежность данных медиаресурсов к сетевому пространству [8].

Социальные медиа бросают вызов роли журналиста и старой журналистской практики и норм. Теперь, когда любой «средний потребитель» способен не только потреблять, но и «архивировать, аннотировать, если это необходимо, и обеспечивать рециркуляцию медиа-контента посредством новых мощных способов» [9], профессиональные журналисты встали перед необходимостью использовать новые средства, чтобы захватывать аудиторию в процессе производства медиа-контента без потери контроля.

Хедман и Дьерф-Пьер выделяют три группы журналистов, которые используют социальные медиа: не-пользователей, которые избегают иметь что-то общее с социальными медиа и двумя группами пользователей: так называемые «прагматические конформисты» – которые регулярно используют социальные медиа, под влиянием тенденций отрасли и профессиональными требованиями, но которые являются селективными и рассудительным в их использовании. И «увлеченные активисты» – как правило, молодые журналисты, которые ведут жизнь в Интернете, будучи почти постоянно подключенными к блогосфере.

Джейн Сингер, профессор по инновациям в журналистике при City University в Лондоне пишет, например, что «традиционная роль в качестве беспартийного привратника информации, уже подорвана в новой медиа-среде вызовами формата блога». В то же время, эти атрибуты потенциально облегчают профессиональную норму ответственности. Согласно выводам Сингера,

журналисты пытаются преодолеть такие радикальные изменения, «нормализацией» новых платформ (блогов), чтобы соответствовать традиционной профессиональной практике и нормам, а также нормам блогосферы. Журналисты продолжают думать с точки зрения их профессиональной роли в качестве поставщиков информации, несмотря на то, что они все чаще работают в интерактивной онлайн-среде.

Социальные медиа появляются важным инструментом для профессиональной журналистской работы, как на институциональном уровне (органов массовой информации, представленных в социальных медиа), так и на индивидуальном уровне (журналисты). Прежде всего, это может быть связано с поиском, сбором, передачей, проверкой информации (например, Pew Research Center, 2011 г.). Социальные медиа обеспечивают сетевое сотрудничество в области проверки новостей [10] и новый способ краудсорсинга в сборе и анализе информации для подготовки историй.

Социальные медиа могут быть также полезны для общения, например, с аудиторией средств массовой информации, для обратной связи и диалога с читателями/ зрителями, источниками, для профессиональных дискуссий с коллегами, и так далее. Медиа-компании и отдельные журналисты также могут осуществлять маркетинг и брендинг через социальные медиа.

Литература

- 1 Алексеева А. О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.
URL: <http://www.convergenclab.ru/files/newmedia.pdf> (дата обращения: 18.12.2016).
- 2 Бучатский А.Н., Колесов А.К., Курбатов Д.А., Новикова Е.И., Червинская В.А. Особенности проблематики медиа в контексте современного образования //Сборник материалов конференции VIII Международной научно-практической конференции «Научно-образовательная информационная среда XXI века», (Петрозаводск, 15 – 18 сентября 2014 г.). URL: <http://it2014.petsu.ru/publication.php>.
- 3 Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента
URL:<http://www.mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 18.12.2016).
- 4 Савинова Е.А. Курируя искусство новых медиа

- URL: <http://sias.ru/magazine/vypusk-5-2012/yazyki/778.html#8> (дата обращения: 28.03.2015).
- 5 360-градусный мультимедийный ньюсрум ЮУрГУ //URL: <http://newsroom.susu.ru/>.
 - 6 Колодий Н.А., Колодий В.В. Визуальный поворот и его влияние на социальное познание. Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 316. № 6.
 - 7 Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. Изд.4-е, доп.-М.:Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
 - 8 Удалова, Т. В. Конвергентная редакция как новый тип редакции для СМИ Амурской области / Т. В. Удалова, В. А. Варда // Вестник Амурского государственного университета. 2012. Вып. 56: Сер. Гуманитар. науки. С. 17-24.
 - 9 Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press – 2006
 - 10 Hermida, Alfred, Tweets and Truth. Journalism as a discipline of collaborative verification/ *Journalism Practice* Volume 6, 2012 – Issue 5-6: The Future of Journalism 2011: Developments and Debates

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы функционирования новых социальных медиа в современном обществе. Актуальность данной темы обусловлена процессом формирования современного информационного общества, в становлении которого особую роль играют новые социальные ценности, новый образ жизни и новые принципы управления обществом.

Ключевые слова: средства массовой информации, цифровые технологии, новые социальные медиа, интернет-коммуникации

Abstract. In the article, the theoretical bases of functioning of new social medias are examined in the modern society. Topicality of this theme is conditioned by the process of forming of modern informative society, where the new social Medias play the special role, which create a new habitat, new social values, and new way of life and new principles of society management.

Key words: mass media, digital technologies, new social media, internet-communications

Андатпа. Мақалада қазіргі қоғамдағы жаңа әлеуметтік медиа қызметінің теориялық негіздері қарастырылады. Тақырыптың өзектілігі қазіргі ақпараттық қоғамның қалыптасу процесімен байланысты. Қоғамның осы қалыптасу жолында жаңа әлеуметтік құндылықтар, жаңа өмір салты және жаңа қоғамды басқарудың жаңа принциптері ерекше рөл атқарады.

Түйін сөздер: БАҚ, сандық технологиялар, жаңа әлеуметтік медиа, интернет байланыс

Бандурян П.М.

Образ лидеров Евразийского союза: потенциал развития

В лидероведении наблюдается не только дефицит научного знания области проектирования образа политического лидера в постсоветских странах, но и эффективных социальных технологий его репрезентации в современных средствах массовой информации. Мало исследованы информационные эффекты воздействия «образа политического лидера», концептуальное осмысление и реализация продуктивной модели лидерства, тогда как именно лидер становится символом страны формируя, тем самым, ее облик. Лидеры являются драйверами развития и их имидж формирует политическую моду и политическую культуру.

Отмечено, что прямой перенос на российскую почву конструктов поддержания лидерства западных и Евразийских СМИ, сложившихся в иных системах и институтах, политической культуре, не дает ключ к пониманию специфических для отечественной практики вопросов. Принципиально важным аспектом характеристики национального лидера является анализ его как персонифицированного феномена¹. Выявлены не только позитивные, но и негативные тенденции в процессе становления института политического лидерства на постсоветском пространстве.

Существует множество публикаций по теоретическому осмыслению политического лидерства, образа современного лидера в информационном пространстве, однако, отсутствуют исследования дающие ключ к пониманию особенностей формирования института национального лидера, механизмов его поддержания.

Классифицируя бытующие в политическом пространстве образы, можно выделить как конкретные наборы представлений об институте политического лидерства, или о конкретном по-

¹ Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. – М., 2012. – С. 152-153.

литике, так и многообразные образы власти. В этом ряду образ лидера выступает как интегральный, то есть отражающий совокупные представления людей об институте политического лидерства, национальном характере, культуре, социальном климате и качестве жизни и политике государства².

Ввиду распада СССР анализ формирования внешнеполитических образов предполагает выявление существующих в массовом сознании стереотипов, которые далеко не всегда соответствуют конструируемой картине внешнего мира.

Характер представлений о себе (и о постсоветском пространстве) и восприятие другими, может повлиять на процесс конструирования внешнего образа Евразийского союза.

Динамика характерных представлений отражает образ России и других стран-участниц проекта в представлениях внешнего окружения, позволяет проанализировать восприятие не только внешнего, но и внутреннего образа. Сосредоточив внимание на анализе восприятия внешнего образа можно скорректировать восприятие общественностью самих стран-участниц, т.е. выявить внутренний образ. Острота проблемы заключается в том, что Россия, с ее особой культурной и национальной самобытностью, слабо использует фундаментальные обоснования своей цивилизационной привлекательности. Несомненно, что проблемы современной России и стран участниц евразийского проекта связаны с особенностью трансформации и институционализации, но и реконструкцией традиционных основ и ценностей, укрепления гуманитарных и информационных обменов.

На этом этапе целенаправленно действуют представители политических элит, лидеры мнений и СМИ, а образ Евразийского союза в общественном мнении отождествляется с представлениями о роли государств проекта в информационном пространстве. Для продвижения позитивных представлений о Евразийском союзе важен механизм продвижения позитивного образа, символы успеха в политических, социальных, экономических сферах. Законы динамики моды, образцы поведения в пространстве массовых коммуникаций позволят внедрить культуру Евразийства.

² Деркач А. А., Е. Б. Перельгина Политическая имиджология. – М.: Аспект-Пресс, 2006. – С. 230.

Институт политического лидерства, осуществляющий взаимодействие и взаимоотношение между различными социальными субъектами в обществе, характеризуется сложными внутренними структурными отношениями. Его структурная сложность усиливается особенностями конфликтного этапа развития общества. Структурный анализ института лидерства на постсоветском пространстве позволяет условно определить лидеров высшего ранга, лидеров среднего ранга и традиционных лидеров. Безусловно, Владимир Путин и Нурсултан Назарбаев являются выдающимися лидерами и драйверами Евразийского проекта.

В современном мире в развитии института лидерства все ярче проявляются три основные тенденции – профессионализация, институционализация и повышение ресурсной зависимости лидерства от конституэнтов³.

При оценке механизмов поддержания субъективных представлений об образе политического лидера серьезную проблему представляет выбор наиболее значимых и репрезентативных источников для анализа.

Ни одна из групп таких источников не имеет самодовлеющей ценности многоплановый характер самого содержания объекта анализа – образа политического лидера – предполагает своего рода перекрестную верификацию как выводов, так и тех материалов, не на которых они строятся. В ряду таких источников мы использовали данные социологических опросов, рейтинги, оценки российским общественным мнением образов политических лидеров и их динамики.

Идеи и символы евразийской интеграции оказывают существенное воздействие на процессы развития и коммуникацию постсоветских государств. Исключительная важность символической коммуникации осознается исследователями информационного общества как Уэбстер Ф⁴, Кастельс М⁵.

Динамика информационных процессов зависит от имиджевой брендинговой проработки евразийского проекта позволит

³ Вестник Российской Нации. – 2014. – №3. – С. 41.

⁴ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 96-97.

⁵ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 39.

прогнозировать будущее. Нужна целевая программа по корректровке образа России и стран входящих в ЕАЭС, нацеленная на внешнюю и на внутреннюю общественность. На конкретных примерах повседневной жизни рядовых граждан дать почувствовать, что вместе мы можем, используя наши конкурентные преимущества, сильные стороны, осмысленно подойти к позиционированию собственной уникальности.

Стратегический проект Евразийского союза может выступать как интеграционная основа национального возрождения России в глобализирующемся мире, способствовать положительной идентификации, формулировать ориентиры для нового поколения россиян предлагать реалистический образ многонационального Евразийского союза⁶. Так как, мир стал более зависим от массовых коммуникаций и статус институтов таких как Евразийский союз, стал определяться местом, которое они занимают в стране и мире. Ценностные ориентации евразийской интеграции, которые репрезентируют СМИ, во многом определяют современные модели поведения, создают значимые образцы – эталоны, которые сопровождают человека всю жизнь и оказывают основополагающее влияние на его мировоззрение. Граждане стран участниц евразийского проекта часто перенимают те нормы поведения, которые транслируются СМИ.

На наш взгляд, следует изменить символическую политику, и, в частности, провести трансформацию информационного пространства.

Новый способ интеграции Евразийского союза, который заключается в генерировании знаний, качественных изменений в экономических, социальных, культурных, духовных сферах стран-участниц проекта пока не освоен. Однако Евразийский союз не получил широкой информационной и экспертной поддержки, продвижения позитивного имиджа, разъяснения ценностей и реальных выгод интеграции ЕАЭС. Экспертное сообщество не успевает отрефлексировать на форсированное вступление в Евразийское сообщество новых членов и происходящие в связи с этим изменения в виртуально символической среде, что сулит высокие политические риски. Союз еще не заработал, не

⁶ Бузгалин А.В. Что есть Россия?// Альтернативы. – М. 2010 – №3. – С. 4-22.

выработаны его визуальные содержательные составляющие, а у рядовых граждан складывается впечатление, что проект является верхушечным. Инструментами развития Евразийского проекта в информационном пространстве является имиджмейкинг и брендинг государств-участниц проекта их истории, культуры, новых форм символизации политики.

Процесс индивидуализации стран определяется интерпретацией прошлого и конструированием традиций. Смысл интерпретаций прошлого в том, чтобы показать историческую преемственность, оттенить уникальность нации, ее судьбы и институтов. Интерпретация прошлого служит политическим целям – легитимации национального политического проекта, мобилизации и интеграции масс.

Доминирующая интерпретация истории предполагает развитие национальной идентичности в соответствии с перспективами развития страны. Такая конгруэнтность – фактор легитимизации режима. Народам нужно объяснить, почему они должны не конфликтовать друг с другом в рамках общности, подчиняться определенному порядку.

Весьма интересной представляется концепция евразийства, которая включает в себя ряд исходных позиций: особого континента Евразии с уникальными природными условиями, климатом и ландшафтом; о месте, где развивается народ, как категория, отражающая синтез социально-исторической среды и территории, которую он заселяет; об определенном типе менталитета и нравственности народа, обусловленного местом, где он развивается; об особых условиях жизни и мировоззрении, порождающих и особую социально-политическую организацию общества на территории Евразии. В данном контексте брендинг государств-участниц проекта усиливает присутствие страны в информационно-символической среде. Брендинг государств в социо-культурном плане стоит понимать как интегрированную историческую память связанную с историей, ее мифами, легендами, смысловыми значениями исторических событий и национальных героев.

Следует отметить, что в то время как проработанный имидж бренда укрепляет положение государств-участниц проекта на международной арене, способствует повышению национально-

го самосознания, формирует национальную идентичность и тем самым представляет конкурентные преимущества, ставит участников проекта в заведомо выгодное и выигрышное положение. При этом усиливая положительное впечатление от страны, брендинг государства является инструментом создания и поддержания конкурентных преимуществ взаимодействия участников проекта⁷.

В этой связи профессиональная информационная, имиджевая политика государства способна изменить ситуацию. Создать структуры для поддержания информационного рациона, меню, почву для взаимопонимания, адекватного восприятия друг друга и содержательное сотрудничество в образовательной сфере, гуманитарной сфере позволит позиционировать ЕАЭС как пространство общих ценностей, защиты от цветных революций, актуализирует саму проблему управления и корректировки восприятия, продвижения позитивного имиджа стран-участниц Евразийского проекта.

На фоне дестабилизации внешних угроз объединительные процессы стратегически важны для всех стран евразийского пространства. Фактически идет процесс выработки обновленной концепции евразийской интеграции, учитывающей новые геополитические условия.

Впервые за весь постсоветский период реально заработали институты международной интеграции, наделенные наднациональными функциями регулирования интеграционного процесса. Учитывая научный интерес к проблеме институционализации Евразийского Экономического Союза и формирования его позитивного образа и бренда, довольно неожиданным оказалось, что диалектика представлений о нем, как в самой России, так и в странах участниц проекта, слабо изучается.

В этой связи необходимо сильное информационное сопровождение, подготовка новых кадров, в том числе партийных и государственных деятелей. Необходимо выстраивать информационные обмены между странами-участниками, формировать единое информационное пространство, развитие гума-

⁷ Василенко И.А. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. – М.: Экономика, 2014. – С. 16-17

нитарного сотрудничества, расширение связей в образовательной сфере, культурных обменов.

Высокая динамика и растущее многообразие евразийских интеграционных процессов требует непрерывной экспертной работы, расширения научных, публичных площадок, обсуждения, диагностики расширения форматов взаимодействия, дискуссии о России и странах Евразии. В существующем образе России имеются устойчивые элементы, представленные стереотипами массового сознания, и динамическая составляющая, которая создается в информационном поле.

Обнаруживается наложение двух факторов: перенесенных из советского прошлого устойчивых негативных стереотипов и целенаправленно формируемых в информационной среде негативных установок, препятствующих полноценной интеграции.

Со временем, когда Н.Назарбаев впервые озвучил идею Евразийского союза, прошло достаточно много времени. И сегодня, в условиях новой политической конъюнктуры усилились центробежные тенденции. Евразийский союз не получил широкой пропагандистской поддержки, разъяснения сути, ценности идей интеграции. ЕАЭС нужны флагманские инфраструктурные проекты, которые придадут импульс интеграции. Богатый опыт совместного проживания в рамках единого государства позволит сделать интеграцию успешной. Для ЕАЭС есть серьезные перспективы стать новым игроком, возможности для формирования брендинговых стратегий, объединяющей идеи, сбалансированных ценностей.

Поддержание или видоизменение этого положения является результатом постоянной и целенаправленной информационно-идеологической или символической борьбы; позиции в ней обеспечиваются целостно-символическими ресурсами, а также экономическими, военно-политическими, культурными.

Примером культурных ресурсов на Евразийском уровне может служить чувство общности и доверия, или напротив, исторической вражды, возникающие в результате манипуляций с представлениями об исторических и цивилизационных особенностях стран-участниц Евразийского проекта. Поэтому так нужны сбалансированные оценки совместного исторического пространства.

Определить ориентиры развития страны можно, лишь опираясь на базовые морально-нравственные ценности народов стран евразийского проекта, чтобы каждый гражданин чувствовал сопричастность судьбы с общностью и имел шанс улучшить собственную жизнь и приумножить богатство своего государства. Важно определить ценности, вокруг которых можно сплотить участников проекта – приемлемые для большинства граждан, и отражать особенности их менталитета. Наблюдения за эволюцией массового сознания последнего десятилетия свидетельствуют, что помимо ломки старых стереотипов происходит постепенное переосмысление взглядов на мир, место своей страны в нем, характер ее отношений с соседями, гражданами Евразийского союза.

Новый формат объединения на аналогии ЕС подразумевал формирование наднациональных органов, решения которых обязательны для государств-глав проекта. Это является качественно новым уровнем воплощения идеи евразийства. Через работающие формы интеграции: экономические, военно-политические, культурно-гуманитарные. В прошедшее время процесс экономической и военно-политической интеграции идет достаточно активно, однако это не относится к культурно-гуманитарной сфере, а значит и формированию евразийской идентичности. А это система духовных и нравственных ценностей, уважение к личности, взаимообогащение культур, широкому культурному диалогу. Не менее важно в формировании евразийской идентичности создание единого образовательного и информационного пространства.

Хотя отсутствие четких теоретических подходов и терминологической строгости еще не позволяет выделить изучение института политического лидерства в полноценную самостоятельную область анализа, но наличие общественного запроса стимулирует разработку теории и прикладного аналитического инструментария. Профессионализация сферы связей с общественностью политической имиджологии формируют запрос на структурирование технологий, позволяющих работать с такими нематериальными активами как имидж лидера.

Встает вопрос об общих закономерностях формирования образа Евразийского Экономического Союза и его лидеров и их

восприятие целевыми аудиториями. Пример нашей страны, и нашего национального лидера представляет богатый материал для поиска ответов на него как в исторической ретроспективе, так и в контексте современной ситуации на Евразийском пространстве и в мире, когда сложно оценить характер влияния институциональных трансформаций на формирование представлений о политическом лидере и на имиджевую динамику.

Оценка таких представлений базируется на характеристиках образа лидера, которые формируются под влиянием объективных показателей развития и использования имиджевых технологий, а также на устойчивых стереотипах восприятия.

Россия переживает социокультурное напряжение: в подобных условиях любое общество стремится к консервации своей самобытности и уникальности, которое укладывается в логику символического производства.

Мы наблюдаем некий разрыв между искусственно формируемым внешним имиджем лидеров Евразийского Союза и его контентом. Этот разрыв, целенаправленно поддерживаемый в информационном пространстве особенно очевиден в период обострения информационной войны.

Имидж политических лидеров – это подвижный информационный продукт, отличающийся многообразием составляющих его элементов, несет значительную мотивационную и оценочную нагрузку. Россия может и должна выступать проводником новых идей, ценностей, трендов на постсоветском пространстве.

Литература

1. Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. – М.: 2012. – С. 152-153
2. Бузгалин А.В. Что есть Россия? // Альтернативы. – М., 2010 – №3. – С. 4-22.
3. Василенко И.А. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. – М.: Экономика, 2014. – С.16-17
4. Вестник Российской Нации. 2014. – №3. – С. 41
5. Деркач А.А., Перельгина Е. Б. Политическая имиджелогия. – М.: Аспект-Пресс, 2006. – С. 230
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 39.
7. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 96-97.

Аннотация: В статье рассматриваются политические лидеры как драйверы развития Евразийского Экономического Союза. Имидж политических лидеров влияет на устойчивость института политического лидерства и является основой интеграции Евразийского экономического союза. Также большое внимание уделено концепции евразийства, включающей в себя ряд исходных позиций: особого континента Евразии с уникальными природными условиями, климатом и ландшафтом; о месте, где развивается народ, как категория, отражающая синтез социально-исторической среды и территории, которую он заселяет; об определенном типе менталитета и нравственности народа, обусловленного местом, где он развивается; об особых условиях жизни и мировоззрении, порождающих и особую социально-политическую организацию общества на территории Евразии.

Голованова И.С.

Технологии формирования и управления имиджем лидера

Наступает время более тонких технологий воздействия на социум, грубое навязывание мнений и жесткая пропаганда сегодня не в ходу.

Последнее десятилетие стало периодом интенсивного освоения политических технологий субъектами процесса и означило ряд сложностей, касающихся, в первую очередь, лидерства и формирования эффективного имиджа лидера. Сегодня система конструирования имиджа лидера, складывающегося на протяжении десятилетия в разных странах, обрела стройность, типологизировалась, что дает возможность определить технологический инструментарий, набор средств и создания социально-рентабельного имиджа лидера.

Очевидно, что безраздумное применение зарубежных технологических приемов, без учета особенностей психологии граждан, его характерных социальных установок, а также создание имиджа актуальных общественных деятелей по общепринятой методической схеме без принятия во внимание индивидуально-типологических и социальных характеристик личности, с одной стороны, и стремление во чтобы то ни стало достичь цели, с другой, приводили к появлению противоречивых результатов в анализе итогов исследований у отечественных исследователей. Существующие противоречия выступили предпосылкой для анализа эмпирического и теоретического материала с целью обобщения технологических приемов, используемых в практике формирования имиджа лидера¹.

Процесс трансляции и формирования имиджа, его связь с другими явлениями жизнедеятельности человека, его воздействие на общество отражены во множестве теоретических работ полити-

¹ Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? – М., 1998. – С.117.

ческих технологов, социологов, историков, философов, политических социологов, маркетологов, политической коммуникации, специалистов в области связей с общественностью.

Смысловое наполнение образа лидера зависит от объективных и субъективных факторов. Объективные факторы в массовом сознании формируются под воздействием представлений. Смысловое наполнение образа лидера позволяет определить составляющие внешнего и внутреннего имиджа. Это видение претворяется в брендовые коды, предпочтительные модели развития, картины мира, взгляды на место в нем своей лидера, в деление государств на дружественные и нейтральные². Кроме того, оно может стать одной из основ формирования образа лидера за рубежом. Поэтому информирование внутренней и внешней общественности о процессах, происходящих в стране, нуждается в государственной поддержке с целью формирования образа.

Основная цель процесса создания имиджа состоит в том, что изменения внешности и поведенческих стереотипов, составляющих основу индивидуального имиджа, должны проводиться параллельно с коррекцией негативных психоэмоциональных состояний и сочетаться с гармонизацией психологического статуса человека. Существует высокоэффективная технология процесса создания имиджа посредством телесно ориентированной арт-терапии и личностно-центрированной психокоррекционной работы с учётом психологических закономерностей взаимосвязи духовной сущности и внешнего облика человека³.

Первый этап глубинного процесса создания имиджа, когда моделируется эталонный образец клиента, включает: описание и обоснование клиентского запроса на процесс создания имиджа, а также разработку идеального имиджа с учётом ментальности субъекта, его антропологических, поло-возрастных, внешне эстетических данных, духовно-нравственного, личностно-субъектного, профессионального уровня развития, социальной зрелости, степени сформированности имидж-предпочтений, наличия реальных возможностей их реализуемости и пр. Второй этап глу-

² Адилова Л.Ф. Имидж лидера в современных политических практиках. – Алматы. 2002. – С. 105.

³ Браун Л. Имидж: путь к успеху. – СПб.: Питер-пресс, 1996. – С. 76.

бинного процесса создания имиджа включает материализацию новых элементов имиджа, их интеграцию в интра- и интерпсихические пространства клиента, овладение новыми поведенческими стереотипами и автоматизмами; а также синхронную объективизацию самооценки, коррекцию непродуктивных психоэмоциональных состояний, маргинальных деструктов, невротических комплексов, поведенческих реакций, вербальных и невербальных компонентов общения, поведенческих стереотипов; выработку устойчивых навыков конструктивного взаимодействия, перестройку системы отношений и самоотношений; индивидуальный подбор средств самовыражения, позволяющих раскрыть внутренний потенциал человека (например, манера поведения, одежда, причёска, макияж, аксессуары и другие); повышение уровня саморегуляции, адаптированности человека к быстро изменяющимся условиям его жизни; моделирование индивидуального стиля поведения в различных жизненных ситуациях; овладение технологией защиты имиджа в конфликтных ситуациях и т.д., в совокупности обеспечивающих гармонизацию психологического статуса индивида, его внутреннего мира с внешним обликом и поведением. Таким образом, основная задача второго этапа – повысить конгруэнтность имиджа (обеспечить соответствие внутренних чувств и переживаний человека его поведению, разрешить внутриличностные конфликты, объективировать самоотношения и др.) входит в процесс создания имиджа в качестве важнейшей задачи, определяя его успешность степенью соответствия предлагаемой имидж-модели ментальности клиента, жизненным планам и намерениям. Третий этап процесса создания имиджа – обучение клиента приёмам собственного создания имиджа и способам создания вокруг себя имидж-ориентированной среды.⁴ Это происходит в процессе информационных сообщений, рассказа, показа, демонстрирования необходимых элементов собственного создания имиджа и различных видов имидж-тренингов (например, социально-психологический, коммуникативно-ролевой, операционный, инновационно-рефлексивный, коммуникативной компетентности, психотренинг и

⁴ Уолтер Липпман. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение». 2004. – С. 134.

др.), способствующих усвоению новых стереотипов поведения и самовыражения.

Выделяют четыре основные функции образов лидеров: коммуникативная, оценочная, мотивационная и функция построения имиджа.

Понимание и использование концепта «образ» практически невозможны без представления контекстов его развития и функционирования в социо-культурной среде. С опорой на социально-политические стереотипы реализуется три коммуникативных функции имиджа лидера⁵.

Целевая аудитория помогает исследовать архетипические структуры, влияющие на формирование нацио- и этно-центричных суждений. Стремление сконструировать образ мира сквозь призму представлений субъекта о самом себе позволяет в имиджевой политике ограничиваться сообществами, которые вовлечены в различные формы взаимодействия с данной средой. В этом смысле имидж лидера не единственный элемент ее образа. Он складывается из представлений об особенностях поведения и менталитета, с которыми ассоциируется национальный характер. Сталкиваясь с человеком, принадлежащим к определенной этнической группе, благодаря стереотипам сознания, мы ожидаем конкретного поведения. Эти представления черпаются, как правило, из достижений национальной культуры и духовного наследия, из знаково-символической иерархии ментальных маркеров. Представления о внешнем образе государства и народа укоренены в ассоциациях и стереотипах, связанных с миром материальной и духовной культуры. Данный подход позволяет рассмотреть образ и имидж лидера через восприятие внешним миром.

Социально-психологический стереотип в общественной деятельности жестко детерминирован, однозначен, оценочный элемент стереотипов выражается в установке, не в рациональном осмыслении. Он строится часто на бессознательных ассоциациях⁶. В концептуализации имиджа лидера мы рассматриваем его как эмоционально окрашенный образ, имеющий коммуникативную

⁵ Шестопал Е.Б. Оценка гражданами личности лидера // Полис. – № 6. – С. 57-72.

⁶ Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Прогресс, 1998. – С. 87.

структуру, полифоничность смыслов, установок, детерминированных культурой, традициями поведения и мышления, с которыми ассоциируется национальный характер.

Данные социально-психологических, политических и других составляющих имиджа, полученные путем экспертных опросов, контент-анализов, фокус-групп и наблюдений в России, могут быть представлены в виде типологии и механизмов формирования имиджа лидера⁷. Разрабатывая типологию, мы учитывали опыт выделения особенностей страновой идентификации, представления субъекта о самом себе с позиции концепции этноцентричных суждений и путей трансформации образа в имидж.

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

Литература

- 1 Адилова Л.Ф. Механизм трансформации имиджа России // ПОЛИТЭКС. – 2007. – №3.

⁷ Адилова Л.Ф. Механизм трансформации имиджа России // ПОЛИТЭКС. – 2007. – №3. – С. 201.

- 2 Адилова Л.Ф. Имидж лидера в современных политических практиках. – Алматы, 2002.
- 3 Браун Л. Имидж: путь к успеху. – СПб.: Питер-пресс, 1996.
- 4 Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М., 2005.
- 5 Олышанский Д.В. Политический PR. – Питер, 2003.
- 6 Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? – М., 1998.
- 7 Уолтер Липпман. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
- 8 Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Прогресс, 1998.
- 9 Шестопал Е.Б. Оценка гражданами личности лидера // Полис. № 6.

Аннотация: Процесс создания имиджа основывается на ведущих закономерностях социального восприятия, где основным является процесс стереотипизации и формирования первичного впечатления, а также на закономерности информационных и коммуникативных процессов.

Ключевые слова: образ, имидж, формирование имиджа лидера, лидерство, продвижение образа лидера, управление имиджем лидера, стереотип.

Abstract: The process of creating an image based on the major patterns of social perception, where the primary is the process of stereotyping and the formation of primary experience, as well as patterns of information and communication processes.

Key words: image, leadership, leader, leadership image promotion, management, stereotype.

**Ибраева М. С.
Руководитель –Тахан С.Ш.**

Значимость утренних программ на казахстанском телевидении

Сейчас, когда телевидение уже стало неотъемлемой частью жизни многих людей, большое количество зрителей зачастую по инерции, включающие утром телевизор, таким образом, быстрее просыпаются, набирают темп своего движения на весь день. Насыщенная телепрограмма повествует о самых свежих новостях, развлекает новинками музыки и интервью с различными звездами, докторами, психологами и другими интересными людьми. Кулинарные шоу развивают фантазию зрителей и нагоняют аппетит, а различные интерактивные игры способствуют мышлению и улучшают результаты на работе или учебе. Под утреннее шоу люди торопятся на работу, или же просто приятно готовят свой завтрак под бодрые голоса с экрана. Исходя из этого, нужно понимать, что утренние передачи имеют определенные психологические особенности, присущие данному виду информационно – развлекательных программ [1].

Особые сложности утренних передач – это определение целевой аудитории и соответственно удовлетворение ее запросов. Во-первых, утренние передачи имеют разную продолжительность, но в среднем длятся примерно три часа. Дело в том, что за эти три часа аудитория успеет поменяться множественное количество раз. Некоторые социологи утверждают, что утренний зритель смотрит передачу в среднем семь минут. И сложность редакторов и журналистов заключается в том, чтобы в какое бы время зритель не включил передачу, ему было интересно происходящее на экране [2].

Большинство из зрителей могут себе разрешить задержаться перед телевизором лишь на 10-15 минут. И в этом тоже состоит сложность утренней программы. За эти 10 -15 минут они должны получить и подборку новостей, и хорошую шутку, и полезный

совет. Конечно, есть такие, кто все эти три часа просидит перед телевизором и просмотрит всю программу. И им также должно быть интересно все это время.

Во-вторых, особая сложность организации утреннего эфира заключается в невозможности определить, кто именно рано утром включит телевизор: домохозяйка, школьник, офисный работник, руководитель среднего звена или пенсионер. Исходя из этого, стоит понимать, что охват интересов аудитории должен быть максимально широк и объемен [3].

Порядка половины жителей Казахстана начинают свой будний день в 7 часов утра, меньше половины – в 6 утра, и только четверть населения Казахстана еще продолжает видеть сны в 8 утра. Кто-то из нас включает любимую радиостанцию, чтобы получить заряд хорошего настроения, а кто-то – любимый телеканал, где зрителей уже приветствуют всегда бодрые ведущие. В среднем, по рабочим дням в интервале с 05:00 до 09:00 утра порядка 5% казахстанцев в возрасте от 4 лет и старше начинают будни вместе с телевизором.

При этом среднестатистический житель Казахстана на просмотр утреннего эфира тратит около 10 минут. Количество же зрителей, которые хотя бы на минуту включает телевизор по будним дням с 5 до 9 утра, достаточно стабильно – порядка 20%.

Исходя из этих данных, можно сказать, что, несмотря на малый процент зрителей, в виду многочисленности жителей страны, отечественная аудитория получается довольно значимой и обширной. Программа «Доброе утро» на Первом канале «Евразия» – лидер среди утренних программ на казахстанском телевидении. Общий рейтинг программы 2.6. Доля просмотра программы из 100 телевизоров – 34.9, из 1000 телевизоров – 190. «Доброе утро» на Первом канале «Евразия» нравится казахстанцам потому, что в этой программе можно узнать самые интересные новости, а также послушать гороскоп, интересные темы, хорошие ведущие, много полезной информации и жизненных советов [4].

Также среди ярких представителей утренних программ выделяют – «Ганшолпан» на телеканале «Казахстан». Среди плюсов этой утренней программы отмечены приятные ведущие, краткие и доходчивые блоки новостей, наличие информации о

погоде. Далее по популярности идет программа «Жана кун» на телеканале «Хабар».

Конечно же, часть населения нашей страны встречает утро вместе с музыкальными каналами, ведь с утра весёлая музыка отлично поднимает настроение, наиболее популярные музыкальные каналы ГаккуТВ и МУЗЗОН. Некоторым не хватает времени на просмотр телевизора, другие не смотрят телевизор по идейным соображениям: «Нет желания портить себе настроение с утра»; «Стараюсь как можно меньше смотреть телевизор, он как наркотик». Вместо этого они слушают радио или просматривают новости в Интернете: «Всегда слушаю музыку на радио».

Эта информация дает нам возможность представить картину предпочтений казахстанской аудитории среди утренних передач, а также проследить некоторые интересы зрителей, нюансы, которые могли их заинтересовать. Начинать утро с телевизионными программами по будням, как мы уже успели убедиться, вошло в привычку у многих жителей Казахстана.

Программирование эфира в утреннем слоте по будним дням для многих телеканалов является возможностью создать свой рецепт утреннего телевидения, который не только будет интересен городским зрителям, вместе с телевизором начинающим свои рабочие будни, но и отмечен коллегами [5] .

Таким образом, достоверность, доходчивость, нравственность, насущная полезность и искренность подачи информации соединены в представлении зрителей и создают у них чувство безопасности, что немаловажно в начале дня.

Литература

- 1 Утреннее информационно – развлекательное вещание телевидения: специфика, история развития // <http://www.twirpx.com/>
- 2 Подбор сюжетов для информационно – развлекательных программ // <http://feod.narod.ru/serv04.htm>
- 3 Секреты утреннего телевидения: 20 лет программе «Доброе утро» // <http://www.vsesmi.ru/>
- 4 Первый канал «Евразия» // <https://1tv.kz/>
- 5 Утренние шоу // <http://www.tvrus.tv/stat/691-utrennie-shou.html>

Аннотация: Как показывают социологические исследования, рейтинг эфиров определяется наличием развлекательных компонентов, роль которых растет абсолютно во всех средствах массовой информации. Этим обусловлено и появление такого вида программы, как утреннее шоу. В статье описываются передачи данного вида, выявляются критерии эффективности их функционирования в эфире.

Ключевые слова: утренняя передача, рейтинг, аудитория, общественный интерес

Abstract: As sociological studies show, esters rating is determined by the presence of entertainment components, the role of which is growing in absolutely all media. This is due to the appearance of this type of program, as the morning show. This article describes the transmission of this type, identifies the criteria for their effective functioning in the air.

Key words: morning TV show, rating, audience, public interest

Андатпа: Әлеуметтік зерттеулер көрсеткендей, эфирлердің рейтингі ойын-сауық компоненттерін болуымен анықталады, олардың рөлі барлық бұқаралық ақпарат құралдарында мүлдем өсуде. Осыған байланысты да пайда болуы оның түрі – таңғы шоу. Түйінде осы берудің түрі сипатталып олардың эфирде жұмыс істеу тиімділігі анықталады.

Түйін сөздер: таңғы бағдарлама, рейтинг, аудитория, қоғамдық мүдделер

Итолина Г.К.

Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерін зерттеу моделі

Қазақстандағы күрделімәселелердің бірі – балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруі, олардың қоршаған орта өміріне белсенді араласуы, өздеріне және әлеуметке жағымды қатынасы, құқықтық жағынан қорғау. Білім беру саласында тұлғаның өзін-өзі жетілдіру идеясының мәні, оның нормативтік негіздері Қазақстан Республикасының «Білім туралы» Заңында [1], Қазақстан Республикасының үздіксіз білім беру жүйесіндегі тәрбие тұжырымдамасында және басқа да құжаттарда көрсетілген [2].

Отбасында және отбасынан тыс тәрбиеленген балалардың психологиялық дамуы жөніндегі ғалымдардың зерттеулеріне сүйенсек, көп жағдайда отбасы тәрбиесіндегі балаларға қарағанда отбасынан тыс тәрбиеленушілердің даму барысының әлде қайда баяу екендігін көреміз [3, 52 б.]. Жалпы баланың әлеуметтенуі, ортаға үйренуі (үлкендермен әлеуметтік қатынасқа енуі) тіпті жағдай жағымды болғанның өзінде де оның өтуі түрліше, кейбір қиындықтамен кездесуі мүмкін. Ал әлеуметтік депривираланған (жетім балалар да) балалар үйінен шыққаннан кейін түрлі қиындықтарға тап болады. Әлеуметтік факторларға мәнді әлеуметтік рольдерді меңгеруге кедергі келтіретін объективті және субъективті шарттар кешені кедергі келтіреді.

Балалар үйінде тәрбиеленуші баланың жеке тұлғасының әлеуметтенуінің өзіндік ерекшелігі бар. Себебі балалар үйінде олардың іс-әрекеті толығымен тәртіпке салынып қадағаланылады, бұл бала дамуында артта қалушылықты, масылдықты қалыптастырып, жеке басын, өз мотивтерін (еркін) ұйымдастыруын төмендетеді [4, 5]. Жетімдік – баланың психикалық дамуына қатты әсер етеді. Әлеуметтік зерттеулерде балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің 2,9 % оқу процесіне кірігуі (топқа, оқытушыларымен) нәтижесінің төмендігін көрсетеді. Бұл көрсеткіш

олардың өзіне сенімсіздігін, кей жағдайда оқу процесінің өзіне ғана емс, жалпы тұтас ортаға сенімсіздіктерін де тудырады. Олар үшін оқу процесі алдына қойған нәтижеге қол жеткізудегі табысты, тәуелсіз болуға қажеттілік тұрғысынан қарастырылмайды. Керісінше олар мақсатқа жетуде басқа себептердің көмегіне бағдарланған. Мысалы оқу пәні бойынша төмен баға алу, сабақты себепсіз босатуға оқытушы тарапынан жасалған ескертулерді «шамадан тыс талапшылдық, жетімнің құқына қысым көрсету» деп санайды. Студенттің өз есебі бойынша күткеніне орта әсерінің сәйкес келмеуі жағдайды интерпретациялауда ішкі (тұлғалық) және сыртқы (тұлға, топ, екі тұлға арасында) шиеленісті тудырады.

Зерттеушілердің пікірі бойынша балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруіндегі ерекшеліктерінде 32,44% оқу орнында, оқитын тобында, ұжымында, тұтас курста және жоғары курс студенттерімен жолдастық байланысты орнатуға талпынса, 5,4% жолдастық қатынас орнатуға тырыспайтынын көрсетеді. Кейбір зерттеулерде эксперттер олардың қарым – қатынас шеңберін кеңейткісі келгенімен, өз белсенділіктерінің болмауы, инерттілігі кедергі боатынын көрсетеді. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің жолдастық қарым – қатынас орнатуында кездесетін кедергілерінің себептері:

Қателік жіберіп аламын ба? деген қорқыныш;

Кейбір адамдарға ұнамай қалуым мүмкін;

Мені мансапқұмар деп ойлауы мүмкін;

Әжуалап, күлкі етуі мүмкін;

Жаман адам деп ойлауы мүмкін;

Дефектісі бар деп ойлап қалуы мүмкін ж.т.б қорқыныштар болып табылады [5, 13 б]. Бұл жауаптар балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруінде өзіне сенімділік, рухани қажеттіліктерін жетілдіруге деген талпынысында шешімділіктің, белсенділіктің аздығын, балалар үйінде күнделікті тұрмысында тек нұсқау мен шектеу арқылы әрекет жасауының, өзінің қабілетін көрсетудегі еркіндіктің болмауынан деп санаймыз.

Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің 2,7 % тұлға аралық қарым-қатынас орнату дағдылары төмен. Сендіру дағдысының, өзінің қанағаттанбағанын сыпайы түрде ашық біл-

діру, өзінің жіберген қателігін талдау дағдысының; өзге адамның қанағаттану, қанағаттанбау реакциясына әділдікпен қарау; адамның ашулану себебін түсіну; белгілі бір мақсатқа қол жеткізуде өз мүмкіндігін түсіну; релаксацияға қабілеттілік. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруінде жанасу, жұғымдылықтың жұтаңдығы әлеуметтену процесін, топқа кірігуді тежейтін факторлар болып табылады [6, 14]. Балалардың басым көпшілігінің өмірге құштарлығы жоғалады, өзіне-өзі сенімсіздігі артып, бойын үрей билей бастайды. Эмоционалдық-танымдық талпынысы төмендейді де, интеллектуалдық дамуы тежеледі. Осы сапалардың барлығы оның ары қарайғы өмірінде де, жоғары оқу орнында оқуы кезінде де сақталады, әлеуметтену процесін тежейді.

Зерттеу тақырыбымыз бойынша ғылыми әдебиеттерге жасалған талдаулар, балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерінің теориялық моделін жасауға мүмкіндік берді.

Ғылыми модел – бұл зерттеу пәнін көрсететін және моделді зерттеуде объект туралы жаңа мәліметті алуға мүмкіндік беретін, ойша немесе зат түрінде жүзеге асырылған жүйе. Моделдеу: эвристикалық, прогностикалық, прагматикалық функциялар атқарады. Моделдеу нәтижелеріне қойлатын талаптар: біріншіден, модел қарапайым, ыңғайлы болуы, екіншіден, объектінің жақсаруына мүмкіндік туғызуы керек. Моделдеудің негізіне алынатын талаптар:

1) толықтығы, адекваттылығы, эволюциялығы; көлемді өзгерістер енгізу, әлеуметтік объектіні, құбылысты, үрдістердің көшірмесін жасау,

2) шамамен абстрактілі болуы, бірақ алынатын нәтиже пайдалы болуы тиіс,

3) белгілі уақыт шеңберінде өтуі.

Моделдер зерттеу мақсатына байланысты әр түрлі ұстанымдарға негізделіп жіктеледі. Олардың барынша ортақ ұстанымдары:

- таным процесінде қолдану мақсаты бойынша жіктеу;
- түпнұсқа туралы ақпараттың орындалу әдісі бойынша жіктеу;
- адамның оларды жасау барысына қатысу дәрежесіне қарай жіктеу [7, 23 б.].

Ғылыми зерттеулерде модел негізінен эвристикалық – жаңа заңдардың табылуы, белгіленуі, жаңа теориялардың құрастырылуы және алған мәліметтердің интерпретациясын классификациялау сияқты үш пайдалы мақсаттарға қызмет жасайды деп саналады [8, 27 б.].

Тұлғаның өзін-өзі жетілдірудегі: мақсаты өзін-өзі анықтауы, ал оның шарты өзін-өзі жетілдіруі, жетілдіруге жету әдісі өзін – өзі тануға талпынысы, іс- әрекеті өзін-өзі басқаруын көрсетсе, өзін-өзі таныту адамның өзін жетілдірудің құралы болып табылады.

Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруін зерттеуде біз ғылыми моделдеу әдісіне жүгіндік.

Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің жоғары оқу орнында оқу кезеңінде: элеуметтік рөлді игеру және «кәсіби маман» рөлін меңгеруге дайындығы, тұлғалық сапаларды жетілдіруі, еліктеу механизмдері интнсивті жүреді.

Біз тұлғаның өзін-өзі жетілдіруі бойынша негізгі ғылыми көзқарастарды сипаттап, қазіргі кезеңдегі студенттердің өзін-өзі жетілдіруі туралы түсініктерді, студенттердің жағдайын талдай отыра, ғалымда анықтаған білім алушы жастардың өзін-өзі жетілдіру моделін негізге алып, балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерінің теориялық моделін жасадық.

Теориялық моделіміз: *мақсаты, келістер, ұстанымдар, педагогикалық шарттары және оның құрамдас компоненттері мен болжау нәтижесінен тұрады. Моделіміздің келістері мынадай бағыттардан тұрады:*

Моделдегі *тұлғалық бағдар* – оқыту, яғни өзара байланысты ұғымдар, идеялар және әрекеттер тәсілдері жүйесіне сүйене отырып, өзін тану, өзін құру және өзін жүзеге асыру үдерістерін қамтамасыз ететін және білім алушыны қолдау мүмкіндігін беретін, оның қайталанбас дербестігін дамытатын педагогикалық іс-әрекеттегі әдіснамалық бағдар болып табылады.

Аксиологиялық бағдар «Құндылық бағыттары терминін алғаш рет АҚШ-на қоныс аударған поляк шаруаларының өмірлік көзқарастарын зерттеу үшін 20-жылдары У Томас қолданған. «Құндылық» ұғымының мазмұнынан С.Ф. Анисимов, А.Г. Здравомыслов, М.С. Каган, В.П. Тугаринов, В.А. Ядов жә-

не басқалар қоғамдық сананың барлық түрлерінің мынадай белгілерін айқындайды: *маңыздылығы, пайдалылығы, қажеттілігі, анық мақсатқа* қол жеткізу мүмкіндігі [9, 31 б.]. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруінде мақсаттарын анықтаудағы қиындықтар, немесе өз іс – әрекеттерін ұйымдастырудағы ерекшеліктерін анықтау арқылы құндылықтарының қажеттілік иерархиясының оқуға түскен кезгі деңгейі және бірінші курста оқу барысында құндылықтарының инструменталдықтан рухани деңгейге сатылап көтерілуін, яғни оқу тәрбие процесінің, бірге оқитын топтың және оқытушы – профессорлардың, оқу орнының ықпалын байқауға негіз болды.

Акмеологиялық бағдар. Тұлғаны дамыту туралы акмеологиялық ойларды көптеген философтардың еңбектерінен байқауға болады. Мысалы, тұлғаның шығармашылық әлеуетін өздігінен жүзеге асыру базистік акмеологиялық ұғымы Платон енгізген «өзін-өзі жылжыту» ұғымымен мағыналық қатынаста байланысты. Ал «акмеология» ұғымын (грек тілінен аударғанда акме – шың) жас ерекшелік психологиясы бөлімін белгілеу үшін бірінші рет 1928 жылы Н.А. Рыбников енгізген. Осы термин 20-шы жылдары ақыл-ой және әлеуметтік ізденіс, эвриология (П. Энгельмейер), эргонология (В.Н. Мясичев), рефлексология (В.М. Бехтерев) ғылыми бағыттарының пайда болуы барысында айқындалды [10, 19 б.]. «Акмеологиялық тұрғыда іс-әрекеттің кәсібилігі еңбек субъектісінің жоғары біліктілігі мен құзырлығын бейнелейтін сапалық мінездемесі, оның қасиеттері, тиімді (шығармашылықты шешімдерге негізделген) әртүрлілігі, белгілі бір іс-әрекетті жоғары және тұрақты өнімділікпен жүзеге асыруға жағдай туғызатын мәселелерді шешудің заманауи алгоритмдері мен тәсілдері. Негізгі ұғымдары: есею, кәсіби іс-әрекет, шеберліктің шыңы, кәсібилік, кәсібиліктің шыңына жетудің жаңа саласы. Акмеология – адамның шығармашылық әлеуетінің шыңына қол жеткізудің заңдылықтарын, жолдарын, тәсілдерін, шарттарын және есею кезеңінде іс-әрекет барысында оның өзін-өзі жетілдіруінің амалдарын зерттейтін кіріктірілген ғылым» [11, 61 б.].

Жүйелі -тұтастық – объектінің ішкі бірлігі, оның қоршаған ортадан даралануы, сондай-ақ осындай қасиеттерге ие объектінің өзі. Тұтастық ұғымын түсіндірудің екі бағыты бар: Тұтастық объектінің барлық қасиеттерінің, қырларының және

байланыстарының танымдылығы ретінде жан-жақты қамтылуы және тұтастық объектінің ішкі құрылымын, яғни оның ерекшелігін, өзгешелігін анықтайтын нәрсе ретінде түсіндіріледі. Яғни біздің зерттеуімізде балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерін анықтап, оны жетілдіру жолдарын қарастыруда жүйелі тұтастық келістің орны ерекше. Себебі ол студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктері алдымен жеке сапаларын талдаудан басталғанымен, ол ерекшеліктерді ары қарайғы жетілдіруде ішкі және сыртқы әсерлерді жүйелі тұтастықта қарастырмасақ белгілі бір нәтижеге қол жеткізу мүмкін болмайды.

«Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктері» мәселесін жүйелі, кешенді анықтауда тұлғалық қасиеттер компоненті, құндылық-мағыналық рухани адамгершілік және мінез-құлықтық-іс-әрекеттік компоненттерді қамтыған көрсеткіштер қарастырылды (1-сурет).

1. Тұлғалық қасиеттер компоненті. Бұл компонент күрделі көрсеткіштердің және жеке дара сипаттамалар синтезінің жиынтығы. Соңғы кезде тұлғалық қалыптасу үрдісін белгілеуде «тұлғалық жетілу» ұғымын қолданады. Қазіргі оқытудың түрлі модельдері мен технологияларының әрқайсысы «тұлға», «тұлғаның дамуы», «тұлғалық бағдарлы білім беру» ұғымдарын өз бетінше түсіндіреді. Педагогикалық сөздікте «тұлға»:

1) дербес әрекет ететін субъект ретіндегі нақты жеке адам болмысының қайталанбас, ерекше әдісі, адамның қоғамдық өмірінің дара нысаны;

2) адамдар арасындағы өзінің орнын еркін және жауапкершілікпен анықтайтын қоғамның өкілі ретіндегі адам. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерінің мәнді көрсеткіштерінің бірі тұлғалық қасиеттер жиынтығы болып табылады. Оларға: сенімділік, білуге құмарлық, мазасыздану, бейімдік қабілеттерінің деңгейлерін алдық. Сенімділік-адамның белгілі бір түсініктеріне сәйкес қажеттіліктерін қанағаттандыру жүйесі. Адам алдына мақсат қойып, оның нәтижелі орындалуына сенім білдіріп, іс-әрекетке кіріскен кезде ғана, ол жоғарғы нәтижелерге жете алады.

Сенім – адамның жігерін арттырып, болашаққа құлшындыратын құбылыс (болашаққа сену, еңбекке сену, жақын адам-

дарға сену, дінге сену, т.б.). Сенім үміттен басталады. Сенім адамның алдына қойған мақсатының айқын болуы, дүниетанымының өмірмен байланыстылығы берік сенімнен туады [12, 197]. Гуманистік психология (А. Маслоу [13], К. Роджерс және т.б.) [14] бойынша тұлғалық жетілу адамның өз қажеттіліктері мен қабілеттерін көкейтесті ету дәрежесімен, тұлғалық әлеуетін жүзеге асыру дәрежесімен сипатталады. Тұлғалық жетілудің бір өлшемі, тұлғаның тіршілік әрекетінде пайда болатын мәселелерді шеше алуы, өзінің өмірлік күш-жігерін жүзеге асыра алу қабілеті болып саналады. Тұлғалық жетілу – ауқымды ұғым, бұл адамның дүниеге келгенінен бастап өмірінің соңына дейінгі өмірдің сан алуандығымен ерекшеленеді және ол адамның мынадай сапаларының болуымен байланысты:

Стреске төзімділік – адамға едәуір интеллектуалдық, еріктік және эмоционалдық жүктемелерді (артық жүктемелерді) бастан кешуге мүмкіндік беретін, кәсіби іс-әрекеттің ерекшеліктерімен шартталған, қоршаған ортадағылардың іс-әрекеттеріне және өзін жетілдіруге зиян келтірмейтін тұлғалық қасиеттер жиынтығы [14, 22 б.].

Бейімдік қабілеттер – бұл тұлғаның бейімділік мінез-құлқының табыстылығы мен сапалық өзгешеліктерінде байқалатын, тұлғаның жеке-психологиялық ерекшеліктері. Бейімдік қабілеттер мінез-құлқтың өзгеруі мен тұлғаның әлеуметтік ортаға қатынасын анықтайды.

Мазасыздық – адамның үнемі немесе жағдайға байланысты байқалатын тынышсыздық күйінің жоғарылауы, емтихан сынақтарымен немесе жоғары эмоциялық және басқа да себептерден пайда болаған физикалық жүктемелермен байланысты, ерекше әлеуметтік жағдайларда қорқыныш пен мазасыздықты сезіну [15, 13 б.].

2. *Құндылық-мағыналық және рухани-адамгершілік компоненті*. Адамның құндылық-мағыналық ортасы, тұлғаның өмірлік маңызды тұжырымдамасын анықтайтын және оның барлық басқа да көріністеріне бағыттаушы жоғарғы инстанция болып табылады. Біз моделде тұлғаның құндылық-мағыналық ортасымен байланысы туралы, құндылық және өмірлік маңызды бағдарлар, өмірге мән және құндылық беретін ішкі қор ретінде қарастырамыз. *Өмір сүру ортасы қалыпты болмаған жағдайда*

өзін-өзі белсендіру стратегиясы тіршілік әрекеттің тапшылығы жөніндегі пайда болатын түйсіктердің қайта құрылуына бағытталады және адамды алдына қойылған мақсаттары мен өмірлік жоспарларын жүзеге асыруға ұмтылдырады.

«Өзін-өзі белсендіру – бұл өзінің түпкі табиғатыңды толығырақ тану және қабылдау, тұтастыққа, бірлікке деген үздіксіз талпыныс немесе тұлғаның ішкі синергиясы ретінде әлеуеттік мүмкіндіктерді, қабілеттер мен таланттарды, өзінің миссиясын, тағдырдың жазғанын және т.б. үздіксіз жүзеге асыру». Сонымен қатар, өзін-өзі белсендендіру «таланттарды, қабілеттерді, мүмкіндіктерді және т.б. толық пайдалану» деп анықталады. Кейін өзін-өзі белсендендіру ұғымы, адамның кемелденудегі жетістігі ретінде, ал өзін-өзі белсендендіру жағына қарай даму мен қозғалыс *тұлғалық сана* деп нақтыланды [16, 44 б.].

Бұл компонентке *құндылық бағдарлар* мен *өзін-өзі белсендендіруді* енгіздік.

Құндылық бағдарлар – стратегиялық өмірлік мақсаттар мен жалпы дүниетанымдық бағдарлар ретінде қабылданатын, адам санасындағы құндылықтардың көрінісі. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленіп келген студенттің іштей қабылдаған оның материалдық және рухани құндылықтары, өмір және іс-әрекет жағдайларын олардың субъективтік маңыздылығымен қабылдауға деген бейімділігін көрсетеді. Құндылық бағдарлар мінез-құлықты реттеуде және шешім қабылдауда тірек ұстанымдар болып табылады.

М. Рокич құндылық-мақсат пен құндылық-құралдарды дәстүрлі салыстырудың негізінде құндылықтардың екі тобын көрсетеді:

– мазмұндық құндылықтар – жеке және қоғамдық пікірлер тұрғысынан, жеке тіршілік етудің қандай да бір соңғы мақсаты, оған талпынуға тұрады деген сенім;

– құралдық құндылықтар – жеке және қоғамдық пікірлер тұрғысынан, қандай да бір іс-әрекеттер бейнесі кез келген жағдайларда, ең қолайлы болып табылатынына сенімділік. Терминалдық құндылықтар, құралдық құндылықтарға қарағанда барынша тұрақты сипатта болады [17, 271 б.].

«Өзін-өзі белсендіру – өз табиғатыңды толығырақ тану және қабылдау, тұтастыққа, бірлікке деген үздіксіз талпыныс немесе

тұлғаның әлеуеттік мүмкіндіктерді, қабілеттер мен таланттарды, өзінің миссиясын және т.б. үздіксіз жүзеге асыру.

3. Мінез құлықтық іс – әрекеттік компоненті. Балалар үйі жағдайында тірбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруінде **олардың іс-әрекетінде, мінез-құлқында** болатын өзгерістерді анықтауға бағытталған. Себебі өзін-өзі жетілдірудің басты механизмі өз дамуының нәтижесі ретінде субъектінің өзін-өзі бағалауымен байланысты.

Субъектінің өзін-өзі бағалауы – тұлғаның өзіне назар аударғандығы ретінде субъектінің рефлексиялық қабілеттерінің дамуындағы өлшенетін көрсеткіштердің бір болып табылады [18, 137 б.].

Өзін-өзі бағалау – өзін-өзі тану адамдардың бірін-бірі тану психологиясына жатады. Зертеушілердің пікірінше, өзін-өзі тануда әлеуметтік перцепция аймағында жүзеге асатын процесстер мен механизмдер басты роль атқарады. Тұлғаның өзі туралы пікірі оның өз іс-әрекетін реттеудің маңызды тірегі болады. Өзіндік бағалау – өзіндік сана сезімдердің бірлігі, тұлғаның қасиеттеріне, сапасына деген қатынасы. Өзіндік бағалауға икемділік, орнықтылық, адекваттылық (жағымды, теріс) сипаттамалары бар [19, 173 б.]. Бұл студенттердің қажеттіліктеріне қарай қоршаған ортамен қарым-қатынас негізінде пайда болатын көңіл-күйінің қанағаттануына (*жағымды эмоция*) немесе қанағаттанбауына (*жағымсыз эмоция*) байланысты эмоциясы іс-әрекеттерінің нәтижелілігіне жағдай туғызады.

Біз балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерін тәжірибелік-эксперименталды зерттеуде, әрбір компонентті бірнеше әдістермен қарастырдық.

Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктерінің құрылымдық-мазмұндық моделінің келесі бөлімі – даму факторлары. Яғни қазіргі кезеңдегі балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіруіне **сыртқы (өмір сүру ортасы, бейімделу үрдісі, оқу курсы, білім беру ортасы) және ішкі (өзін-өзі танытуға талпынысы) ортадағы белсенділігі, яғни өзін-өзі тануға, өзін-өзі танытуға әрекеті** басты роль атқарады.

Өзін-өзі бақылау деңгейі – әр түрлі өмірлік жағдайларды бақылаудың жеке ерекшеліктері. Өзін-өзі бақылау деңгейі өмір

сүру ортасындағы жағдайдың қиын немесе жеңіл, жағымды немесе жағымсыз болуына байланысты өзгеріп отырады. Өзін-өзі бақылау деңгейі өзінің әрекеттерін сезінумен және бағалаумен, өз қадірін сезінумен, болып жатқан жағдайларға жауапкершілікпен, өзін-өзі құрметтеумен, өзін-өзі реттеумен, тұлғаның дербестілігімен және жетілгендігімен байланысты. Өзін-өзі бақылауы төмен деңгейіндегі адамдар: өзімшіл, тәуелді, жігерсіз, жалтақ, ашуланшақтығымен ерекшеленеді. Субъективтік бақылауы жоғары деңгейдегі адамдар: мейірімді, дербес, шыдамды, әділ, қабілетті, ақкөңіл, адал, еркіндігімен сипатталады.

А.Г. Асмолов бірінші және екінші курс студенттері «өзін анықтау» үшін өзін-өзі «жасай алатындай» «есею кеңістігіне» жақын болулары қажет деп санайды.

Өз іс-әрекеттеріне жауапкершілікпен қарайтын жетілген тұлғаның айрықша қасиеттеріне мына сапалар жатады:

– өз қажеттіліктерін басқа адамдарға зиян келтірмей қанағаттандыру;

– іс-әрекетте айтарлықтай жетістіктерге жету, себебі ол өз ойын білдірудің объектісі болып табылады;

– күнделікті өмірінде күш-жігері мен төзімділігін көрсету;

– кәсіби өзгерістер мен жаңа өмірлік тәжірибеге жақын болу
Зерттеуші өзін-өзі жетілдіру техникасының үш:

– ұйымдастыру-басқарушылық сипаттағы тәсілдерден,

– интеллектуалдық дамуға,

– психикалық күйлерді өзіндік реттеуге бағытталған негізгі элементтері [20, 225 б.] болады. Сонымен, өзі – өзі жетілдіру – бұл жеке адамның өзіне деген шығармашылық қатынасын өзгерту мақсатымен сыртқы және өзінің ішкі әлеміне белсенді ықпал ету үрдісінде оның өзін-өзі жасауы. Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктеріндегі қажетті жағдай, ол ішкі жайсыздық сезімін жоятын және қоршаған ортамен шиеленіс мүмкіндігін шектейтін, оған жаңалық болған жоғары оқу орнында оқу ерекшеліктерін меңгеру болып табылады. Алғашқы курста студенттік ұжым қалыптасады, ақыл-ой іс-әрекетін тиімді ұйымдастырудың дағдылары мен икемдері жетіледі, таңдаған мамандыққа деген бейімділік сезінеді, еңбек, демалыс және тұрмыстың тиімді тәртібі орнығады, тұлғаның кәсіби маңызды қасиеттері бойынша

өздігінен білім алу және өзін-өзі тәрбиелеу жұмысының жүйесі жасалады.

Балалар үйі жағдайында жетімдік роліне үйренген студенттердің жоғары оқу орындарына түскеннен кейінгі жағдайында бұрын қалыптасқан тәуелділіктен, үнемі нұсқаумен өмір сүру дағдысынан арылып, өзін-өзі танып, өз іс- әрекетіне өзі талдау жасап, өзін- өзі ұйымдастыру, білім алуды, жалпы өзін құндылық деп тану процесі бірден жүзеге аса бермейтінін және оны жеңу үшін оларға психологиялық және педагогикалық қолдау арқылы қол жеткізуге болатынын көрсетеді.

Әдебиеттер

- 1 Қазақстан Республикасының «Білім туралы» Заңы. – Астана, 2011
- 2 Қазақстан Республикасында білім беруді дамытудың 2011 – 2020 жылдарға арналған бағдарламасы Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 7 желтоқсандағы № 1118 Жарлығымен бекітілген. – Астана, 2010
- 3 Мақашкулова Г. Балалар үйінде тәрбиеленушілердің психикалық ерекшеліктері // Қазақстан мектебі. – 2005. – 11/127 52-53
- 4 Асылбекова М.П. Меңлібекова Г.Ж., Ерментаева А.Р., Жұмабекова Ф.Н., Сламбекова Т.С. Болашақ мамандарды жетім балалармен жұмысқа кәсіптік дайындау тұжырымдамасы. – Астана: «Мастер ПО»2015. – 38 б.
- 5 Кузьмич Н.В. Социальная интеграция выпускников детских интернатных учреждений в системе образования. – Минск, 2008. – 89 б.
- 6 Кузьмич Н.В. Социальная интеграция выпускников детских интернатных учреждений в системе образования. – Минск, 2008. – 89 б.
- 7 Шарипов В.Ф. Педагогика и психология высшей школы: учебное пособие. – М.: Логос 2012. – 320 б.
- 8 Конаржевский Ю.А. Педагогический анализ учебно-воспитательного процесса и управление школой. – М.: Образовательный центр «Пед. поиск», 1997. – 78 б.
- 9 Ивин А.А. Аксиология. – М., 2006. – С. 28–45.
10. Кузьмина Н.В. Аксиология 2000. Методические и методологические проблемы. / Под редакцией Н.В. Кузьминой, А.М. Зимичева. СПб.: СПбАА, 2000 – С. 184
11. Тұрғынбаева Б.А. Андрагогика. Алматы: Алатау, 2011. – 179б.
12. Жарықбаев Қ., Саңғылбаев О.С. Психология: Энциклопедиялық сөздік Психология: Энциклопедиялық сөздік./ Бас ред. Б.Ө. Жақып. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясы», 2011
13. Абрахам Маслоу Мотивация и личность Самоактуализированные Люди: Исследование психологического здоровья Перевод А.М. Татлыбаевой-Питер

14. Карл Роджерс Перевод М.М. Исениной под редакцией д.п.н. Е.И. Исениной С. Rogers. On Becoming a Person: A Therapists View of Psychotherapy. Boston, 1961
15. Мельник Ш. Стрессоустойчивость. Как сохранять спокойствие и высокую эффективность в любых ситуациях – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2014.- 156 б.
16. Спилбергер Ч.Д. Подходы к изучению стресса и тревоги в спорте //Стресс и тревога в спорте/Под ред. Ю.Л. Ханина, М., 1983. – 12-24 б.
17. Рокич М. Психологические тесты. / Под ред. А.А. Карелина. Т.1. М., 2000. С. 25-29. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 367 б.
18. Немов Р.С. Психодиагностика. 2001
19. Россохина А.В. Рефлексия и внутренний диалог в измененных состояниях сознания: интерсознание в психоанализе. М.: Когито-Центр 2010.- 425 б.
20. Розен Г.Я. Самосознание как проблема социальной перцепции // Вопросы психологии познания людьми друг-друга и самосознания. Краснодар: Изд.-во Кубанского унив.-та, 1977. Вып. 5, 173-174 б.
21. Асмолов А. Г. Психология личности : учебник. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 367 б

Андатпа. Мақалада балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін-өзі жетілдіру ерекшеліктері қарастырылған.

Түйін сөздер: студенттер, өзін-өзі жетілдіру, модель, өзін-өзі жетілдірудің теориялық негіздері, акмеология, аксеология, біртұтас педагогикалық процесс, шарттар, компоненттер

Abstract: The article discusses the features of cultivation of students are brought up in children's homes smiling

Key words: students, self-cultivation, the theoretical basis of self-identity, акмеология, axiology, holistic pedagogical process, Conditions, Components.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности самосовершенствования студентов воспитывавшихся в детских домах.

Ключевые слова: Студенты, самосовершенствования, теоретические основы самосовершенствования личности, акмеология, аксеология, целостный педагогический процесс, условия, компоненты

**Kaliakper A.Ye.,
Senior lecturer – Orazbekova Z.S.**

The role of innovative technologies in tourism industry

Innovation – it's introduction of scientific achievements and advanced experience in areas of management, labor and technology. Tourism – one of the most important sectors of the economy of any country. In many states, it is one of the main sources of income. Tourism Sphere influences to every continent, country or city, because tourism is a cross-cutting area of the economy, which includes not only accommodation facilities, but also the transport, communications and more. For successful development, tourism brings certain advantages, which are associated with its importance for the economies of the different countries and our country in particular.

The successful development of every sphere of the economy depends on the periodically occurring innovative processes, which affect not only science and technology, but also closely linked with economic and social change. Innovation in Tourism -. Is the development, creation of new tourist routes, projects, etc., the implementation of which will allow to increase employment of the population, to ensure the growth of its revenues. The study of trends and patterns of the integrated development of innovation, planning, positive results and management – a complex methodological problem in tourism associated primarily with innovations classification. As important to define the essence of innovation in tourism, there are certain classification features.

In this case, we consider it appropriate to the following types of innovation:

- The novelty of new industry, new country, new to the world, the new for enterprises;
- Content: organizational management, information, technology, engineering;
- Because of the occurrence: the reactive and strategic;
- On the potential: the radical and modifying.

According to this classification Internet technology will be treated to information of innovative technologies that can be used in the formation of tourist product for travel agencies:

- 1) carrying out promotional activities;
- 2) to inform consumers about updates and promotions;
- 3) the formation of a positive image among tourists about the company;
- 4) the promotion of new types of tourist services.

A special main is occupied by the latest multimedia technologies in the promotion of tourism products and services – they are able to attract a large number of users are low-cost and high communication. The main e-marketing tools include: Internet, email, and multimedia CDs. Effective use of high-tech communication can significantly enhance the ability of advertising campaigns and PR actions, improve the efficiency of the interaction of all the subjects of the tourist market.

One of the methods of infrastructure development is the implementation of the activities of Sites Tourism Administration. The Internet with its virtually limitless possibilities for the tourism administrations of regions is a great opportunity. It is convey information about tourism products and services to a large number of people around the world for a relatively low price. However, work on the network at the regional level should be comprehensive and systemic in nature: the sites of tourist regions can not be seen only as a commercial tool – they are on the World Wide Web are primarily region and greatly contribute to the formation of its favorable image [1].

We can also note a number of product innovations.

– the development of new, previously unknown to the market tours. At one time in their featured as rural (green) tourism, ecological, congress, adventure (adventure) underwater, cruise, ornithological and other types of tourism. For example, forwarding of tourism (French firm Poseidon Arctic Voyages Ltd – the world’s biggest tour operator for expeditions to the North Pole); «Prison» of tourism (Johor Bahru, Malaysia, Helsinki, Finland); flour fights (Greece);

– involvement in tourism development of new kinds of resources, or the creation of resources with predefined properties and new objective function. The tourist visits is increasing the share of a particular class of natural and man-made objects (reservoirs, ponds,

parks, etc.); seriously evaluated the prospects of man-made, including mining (mines, quarries) and of factory tourism. [2]

– development of new tourist market segments, including involvement in the tourist traffic of new natural environments (space or hike on a space base Baikonur), areas of extreme type (desert, Antarctica, equatorial forests, trips to the Aral Sea, etc.). The development of the tourist market can be carried out by expanding the timeframe of tourist seasons, reach new target customers (tourism, «the third age», tourism and other professional groups.);

– the creation of new tourist and recreational areas. Initially, the role of these areas performed national parks that combine environmental and recreational functions; currently a progressive view of the tourist product appears a theme park that combines a wealth of leisure facilities with a through informative topic (Disneyland Park in California and Florida USA, France, Japan, the Phantasialand in Germany serve the flow of tourists from 7 to 13 million. pers. per year each).

Also there are some managerial innovations:

– New methods of implementation of the marketing cycle in tourism (including a comprehensive study of the tourist market, demand analysis, market conditions evaluation, forecasting the competitiveness of tourism products, development of tourist product concept, sales promotion strategy, advertising companies, etc.);

– New methods of management staff of travel agencies in order to increase productivity and efficiency of travel services (introduction of music, advanced methods of work measurement, forms of stimulation of quality of service).

As noted by international experts in the field of tourism, the state of development of the tourism industry in Kazakhstan in recent years is characterized by its progressive and sustainable development. In the coming years, our country has the opportunity to become one of the largest economies in travel and tourism. Abroad Kazakhstan are beginning to be regarded as one of the most stable countries with unique tourist potential. In addition, all of the same foreign experts believe that will contribute to these advantages of the republic on the world tourist market as the hospitality and kindness of Kazakhstan, the natural attractions of the country, its history and the richness of the cultural and ethnic diversity, and tourist infrastructure.

350 new enterprises of innovative type was built in last year. We started the reform of science and innovation sphere. Each region of Kazakhstan, each sector of the economy should conduct a thorough job and to offer the most promising and feasible innovative projects. The next area of the use of innovative information technology is to unite the efforts at the same time a tourist company, the insured, transport company, tour desk, hotels, catering establishments to create a tourist information products that enable the Internet user to select a service, and for the participants to form your purchasing, pricing, investment and sales policy.

Thus, we can conclude that the innovative technology in the tourist industry are the need of the century that can not only improve the quality of services, but also efficient use of all available resources for travelers and for tourism business owners. With the development of scientific and technical progress will develop innovative technologies in the tourism industry, which can open up new opportunities for innovators and make tourism accessible to different groups of country.

References

- 1 Kontseptsiyazvitiyaturizma v Respublike Kazakhstan. O razvitiit turizma kak dokhodnoy otrasli ekonomiki v Respublike K. – Almaty: Raritet, 2001. – S. 21.
- 2 Wikipedia. www.wikipediya.org
- 3 The official site of Tourism Committee of the Ministry of Industry and New Technologies of Kazakhstan.
- 4 Kontseptsiya razvitiya turizma v Respublike Kazakhstan.- Almaty: Raritet 2010. – S. 50-52

Abstract: The role of innovative technologies in tourism industry were considered in this article, which displayed its main functions, goals and distinctive features. Tourism – the sphere of economic complex, which provides one-tenth of the world's gross product. This industry is growing rapidly in the coming years may be the most important sector of business activity. Innovation in tourism – is the development, the creation of new tourist routes, projects, etc. with application of science, engineering, IT-technologies, as well as excellence in management and marketing areas, the implementation of which will improve the level of employment, to ensure the growth of its revenues, to accelerate socio-economic development and improve the tourist image of the country and regions⁷

Key words: innovation, innovation system, innovation strategy, the market of tourist services and tourism.

Қалиақпер А.Е.

Туризмді дамытудағы инновациялық технологиялардың рөлі

Андатпа: Аталмыш ғылыми мақалада қазіргі туризм саласындағы инновациялық технологиялардың рөлі сипаттала отырып, негізгі функциялары мен мақсаттары, сондай-ақ ерекше белгілері көрсетілген. Туризм – әлемдегі жалпы өнімнің оннан бір бөлігін қамтамасыз ететін экономикалық кешен. Бұл сала қарқынды дамуда, соған байланысты кәсіпкерлік қызметтің ең маңызды бөлігі болуы мүмкін. Туризм саласындағы инновация жаңа туристік бағыттар, жобаларды, құру, ғылыми жаңалықтарды қолдана отырып машина жасау, IT-технологиялар, сондай-ақ менеджмент және маркетинг ерекшеліктерін тиімді пайдалану болып табылады. Еліміздің әлеуметтік-экономикалық дамуын жеделдету және туристік имиджін жақсарту үшін, оның кірістерінің өсуін қамтамасыз етіп, жұмыспен қамту деңгейін арттыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: инновация, инновациялық жүйе, инновациялық стратегия, туристік қызметтер мен туризм нарығы.

Аннотация: Данная статья посвящена роли инновационного развития в индустрии туризма, где отображены ее основные функции и цели, а также отличительные черты. Туризм – сфера хозяйственного комплекса, что обеспечивает десятую часть мирового валового продукта. Эта отрасль развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы может стать наиболее важным сектором предпринимательской деятельности. Инновации в туризме – это разработка, создание новых туристских маршрутов, проектов и т.д. с применением достижений науки, техники, IT-технологий, а также передового опыта в областях управления и маркетинга, внедрение которых позволит повысить уровень занятости населения, обеспечить рост его доходов, ускорить социально-экономическое развитие и улучшить туристский имидж страны и регионов.

Ключевые слова: инновации, инновационная система, инновационная стратегия, рынок туристских услуг, туризм.

Кудабай А.А.
Руководитель – Ахметова Л.С.

Информационная политика компании

*Природа не терпит пустоты:
там, где люди не знают правды,
они заполняют пробелы домыслом*
Бернард Шоу

Один из «столпов» рекламной теории и практики, пионер американской рекламы Россер Ривз в знаменитой книге «Реальность в рекламе» (Reality in Advertising, 1961) как-то отметил: «Рекламодатель может одновременно вести две разные кампании и даже не подозревать об этом»/1/. Возможно ли такое? Возможно, если между рекламными посланиями нет взаимосвязи, если каждое подразделение компании занимается разработкой своей «рекламной стратегии», если рекламой занимается персонал, обладающий поверхностными познаниями о законах информационного воздействия, если никто не просчитывает последствия каждого коммуникативного контакта. Несмотря на уровень современного развития коммуникационных технологий, несмотря на массированное вторжение в нашу жизнь гаджетов и возросшую роль интернета, модные в бублике увлечения графичными словечками, типа «черный PR» и «пропиарить», несмотря на повсеместное открытие в государственных и коммерческих структурах «коммуникативных» должностей и подразделений, до сих пор, в большинстве компаний, можно четко проследить отсутствие системности, обнаружить обрывистость и спонтанность информационного взаимодействия с клиентурой, а PR и рекламные бюджеты и поныне формируются по остаточному принципу. «Деньги для рекламы собственной бурной деятельности выделяются в последнюю очередь. На первом месте по степени важности – вложения в производство, в сбыт, в оснащение компьютерами или в другое «железо». Отсюда проистекает коротенькая и неэффективная реклама» /2/.

Главная причина такого положения, как не удивительно, распространенное до сих пор представление, что PR, реклама и коммуникационные технологии – это только суть лишь функция второстепенная или даже дополняющего, информационного сопровождения основной деятельности фирмы. Мол фирма пректирует, производит, реализует и только изредка обращается за PR- и информационной поддержкой, за рекламой в СМИ, к опосредованным коммуникациям. В подтверждение такому утверждению отношение даже к имеющимся корпоративным сайтам и аккаунтам в социальных сетях, к имеющейся в распоряжении корпоративной прессе, когда занятых в их разработке и поддержке специалистов дополнительно еще загружают, функциями, например, продажи. Конечно, реклама – это тоже искусство «продавать», но такие нагрузки подаются чаще всего под соусом якобы недостаточной нагрузки SMM-илиPR-специалистов(конечно, на взгляд руководителя и коллег) или под видом того, что сайт и аккаунты и без того мол наличествуют, и нечего целыми днями засиживаться над пустячными делами. Это не говоря уже о том, что в головах менеджеров существует целый сонм сумбурных предположений насчет самихдефиниций и различения PR, паблисити, рекламы и промоушн. Член-корреспондент РАЕН, д.э.н., профессор Инга Михайловна Синяева пишет по такому поводу: «Многие бизнесмены на практике либо путают PRс рекламой, либо связывают PRисключительно с продвижением имиджа» /3/. При этом часто и имидж-мейкингподключается только в случае возникновения случайной необходимости формирования образа (имиджа) руководителя.

Во-первых, о том, что PR и реклама подпадают под знаменитые Четыре-Пи маркетинга должно было быть общеизвестно всем, кто решилсебя так или иначе посвятить сфере бизнеса, и совместно с **Product** (Товаром), **Place** (Местом распределения) и **Price**(Ценой), располагаясь в четвертом «P» – **Promotion** (Продвижение), выполняют одну из основных функций бизнеса, не только по информированию потенциальных клиентов, но и так же по продвижению как самого товара, так и фирмы.Во-вторых, и у PR, и у рекламы несколько иные задачи, чем просто имидж-обслуживание ответственных лиц.Согласнотому же определению первой Всемирной ассамблеи ассоциаций PR, сос-

тоявшейся в Мехико в 1978 году, „Практика *паблик рилейшнз* – это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководство организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности». А *реклама*, согласно уже автору всемирно известного учебника «Основы маркетинга» Филипа Котлера, это «любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора» /4/. Имидж-майкинг (image-building), в таком ракурсе, подпадает только в рамки PR и рекламы.

И, в-третьих, ни PR, ни реклама не служат средством развлечения, подключаемой по велению или настроению руководства, и оцениваемой на вкус отдельных лиц. *Единственный возможный критерий их оценки – эффективность воздействия на аудиторию*. Один из отцов-основателей рекламы Клод Гопкинс в книге «Реклама: Научный подход» писал: «Реклама – это не «вещь в себе». Она не предназначена для того, чтобы шеголять перед публикой», и продолжает там же: «никто не читает объявления для развлечения» /5/. Другой американский пионер рекламы, Раймонд Рубикам вторит ему: «У рекламы одна цель – продавать товар, все остальное от лукавого». Авторы одного из последних российских учебников так же констатируют: «Типично отношение руководителей коммерческих структур к рекламе как к развлечению, типично недооценивание ее плодов» /2/. Последнее замечание относится здесь к коммерческим компаниям, однако можно с уверенностью так же признать, что это относится в равной степени и к государственной сфере.

Все вышеизложенное говорит о том, что до сих пор в большинстве компаний, как государственных, так и общественных, и в коммерческих, существует неверное понимание и неправильная оценка не столько рекламы и PR, а в целом роли эффективного построения общественных коммуникаций. А вместе с тем, только паблик рилейшнз в рамках маркетинговых коммуникаций, способно было бы выполнять следующие задачи:

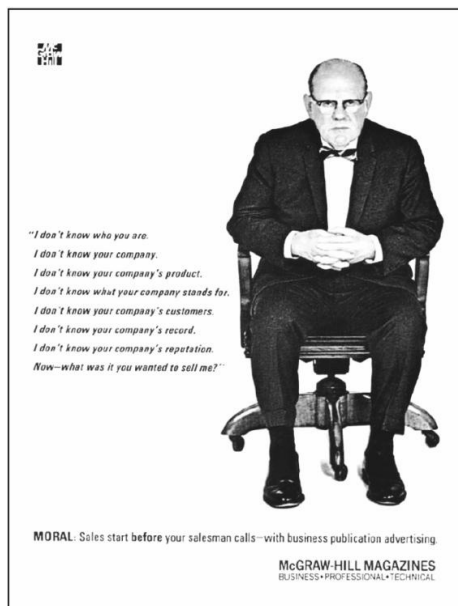
- оценка воздействия фирмы на общественное мнение путем отслеживания сообщений печати, радио и телевидения;
- выявление проблем в понимании деятельности фир-

мы и ликвидация этого несоответствия через принятие мер по исправлению ошибок в заявлениях или выступление с соответствующими опровержениями;

– формирование «общего лица фирмы» на основе исследований общественного мнения и заблаговременного его предвидения, а также изменений тенденций в обществе;

– формирование внутренней корпоративной культуры, опираясь на изучение взглядов и ценностей людей, с которыми организация работает /2/.

Даже беглый взгляд на вышеперечисленные возможности, может ясно дать представление, что сфера PR никак не может относиться к дополнительным, второстепенным, «обслуживающим» функциям, а скорее лежат в области стратегии компании. Под **стратегией же бизнеса** (фирмы, предприятия) [business strategy] понимается прежде всего «согласованная совокупность решений, оказывающих определяющее воздействие на деятельность фирмы (предприятия), и имеющих долгосрочные и труднообратимые последствия» («стратегических решений») /6/. То есть, от



McGraw-Hill

*"I don't know who you are.
I don't know your company.
I don't know your company's product.
I don't know what your company stands for.
I don't know your company's customers.
I don't know your company's record.
I don't know your company's reputation.
Now—what was it you wanted to sell me?"*

MORAL. Sales start before your salesman calls—with business publication advertising.

McGraw-Hill MAGAZINES
BUSINESS • PROFESSIONAL • TECHNICAL

стратегических задач, а в их числе, от правильного и эффективного конструирования общественных коммуникаций, и сюда мы относим изучение особенностей взаимодействия с потенциальной и наличествующей аудиторией, зависит благополучие и будущее существование всей компании. Более того, коммуникации являются наиболее жизненно важной системой любой организации; если каким-то образом ликвидировать потоки сообщений в организации вообще, то она прекратит своё существование.

Показателен хрестоматийный пример рекламного обращения издательства «Макгроу-Хилл» /7, рисунок/, представлявшее собой плакат с изображением строгого мужчины, восседающего в кресле, рядом с которым был помещён следующий текст:

- Я не знаю, кто вы такой
- Я не знаю вашей фирмы
- Я не знаю товара вашей фирмы
- Я не знаю клиентов вашей фирмы
- Я не знаю взглядов вашей фирмы
- Я не знаю истории вашей фирмы
- Я не знаю репутации вашей фирмы.
- Итак, что же вы хотели мне продать?

То есть, как вы сами видите, еще задолго до самого «факта» продажи, перед компанией стоят в первую очередь коммуникативные задачи, в числе которых элементарное информирование о деятельности и продукции фирмы, разрешению которых и призваны служить паблик рилейшнз. И реклама, как один из ее основных инструментов. Без такого «узнавания», идентификации, компании и ее продукта, ей суждено кануть в неизвестность, раствориться в лавине современной информации. Согласно автору работы, именуемой библией американского PR, Скотта Катлипа, паблик рилейшнз представляют собой «функцию менеджмента, которая устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения между организацией и публикой, от которой зависит успех или неудача» /8/. То есть, недостаточно наладить производство, недостаточно организовать продажи, необходимо также , а чаще в первую очередь, организовать коммуникативные потоки, эффективные и контролируемые, на каждом этапе деятельности фирмы. Под определение коммуникации подпадают не только технические каналы связи, но и сами процессы деловых

переговоров, формирование благоприятной деловой атмосферы вокруг и внутри фирмы, взаимоотношения со средствами массовой информации и социальными структурами, продвижение вне фирмы. Сам термин «коммуникация» происходит от латинского слова «communicare», что означает соединять, и представляют каналы и способы коммуницирования с внешней и внутренней аудиторией, с целью передачи необходимых сообщений, прямых или завуалированных. Имеется в этом ракурсе понимается значение PR и рекламы, как искусства передачи сообщений.

Недостаточно простого понимания значения коммуникаций, как недостаточно и факта наличия продукта у компании, или единичных фактов успешной его реализации. Необходимы системность и комплексность в подходах, продуманность и взвешенность применения каждого средства и канала, адекватность и своевременность реакции, дальновидность и расчет последствий их применения. При этом, деятельность в коммуникационном менеджменте предполагает работу сразу по нескольким направлениям:

- разработка стратегии эффективности организации;
- формирование корпоративной культуры;
- формирование каналов коммуникации внутри организации;
- формирование каналов коммуникации во внешней среде организации.

А это уже целый комплекс политики, политики информационной стратегии компании. Согласно определению Сергея Ильинского /9/: «**Информационная политика** это: 1) деятельность организации в сфере PR, выстраивающая ее отношение с медиа и конкретными журналистами, целевыми общественными группами, оформляющая и воплощающая цели и задачи по созданию PR-оболочки, «имиджевого скафандра» компании, банка, общественно-политического движения, госведомства, лидера; 2) государственная политика в области СМИ и свободы слова. При этом «товаром» компании, к примеру государственных или общественных учреждений, могут выступать не только непосредственная продукция или услуги, но и идеи, программы, персоны лидеров, а так же и сами организации.

Эффективность PR-деятельности общепринято оценивать по четырем основным критериям:

- достижение поставленных целей (задач);
- конкретные результаты работы – количество публикаций, количество журналистов на пресс-конференции, наличие резонанса в прессе и общественном мнении и т.п.;
- итоги (отсроченные результаты) – как деятельность специалистов системно повлияла на общественное мнение в целом, изменились ли представления о данной компании, как это сказалось на ее репутации и т.п.;
- бизнес-результаты – обороты компании, количество проданных после акции товаров, заключенных договоров, прибыли, стоимости торговой марки на бирже и т.п. /3/.

И еще один момент, который заставляет по-другому взглянуть на проблемы коммуникационного менеджмента и уделять более пристальное внимание повышению эффективности информационной политики, – это возрастание стрессовости и конкуренции современной бизнес-деятельности, увеличение мобильных и переменных ее составляющих, постоянные и нередко кардинальные, нормативно-законодательные изменения в правилах бизнеса, неустойчивость и непредсказуемость макро и микро-экономики, природные и техногенные риски, влияние глобализации и интеграция на все общественно-политические процессы, усиление роли человеческого фактора. В таких условиях возрастает значение возможностей и способностей фирмы самой реагировать, своевременно и адекватно, на внешние стрессовые факторы, ее готовность противопоставить эффективную информационную стратегию, сохраняя при этом лицо и репутацию компании. Сформировалась целая отрасль, именуемая *риск-менеджментом* (*risk communications*) и оформилась фундаментальная и практическая область науки *конфликтологии*. Готовы ли в этом отношении наши фирмы? Если судить даже по последним пожарам, ЧП техногенного характера, и следовавшей за ними неумелой реакцией на возрастание внимания и запросы общественности, растерянность и невнятность объяснений руководства фирм, иногда отсутствие реакции как таковой вообще (запрет доступа журналистам на объект и какую-либо видеосъемку), все это говорит об отсутствии программ чрезвычайного реагирования информационных структур соответствующих компаний.

В большинстве случаев, в подобных компаниях должность «пресс-агента» передается специалистам, способным, по мнению начальства, поддерживать и содержать в надлежащем состоянии сайты и аккаунты, составлять пресс-релизы и отправлять по факсу адресам назначения, но мало знакомых с законами информационного воздействия. Как таковых отделов, занимающихся коммуникативным менеджментом, рекламой и PR, в большинстве компаний малого и среднего бизнеса нет, часто их нет и в государственных и общественных учреждениях. При более благоприятном раскладе, ответственным за информационную политику назначается специалист, еще как-то близкий к сфере коммуникаций; лучший вариант при этом – журналист, или SMM-менеджер, менее предпочтительный, но все же тоже возможный, маркетолог-экономист или психолог. И наконец, самый худший вариант, но при этом и не менее частый – ответственным назначается тот, кто хотя бы поверхностно знаком с интернет-серфингом или имеет опыт создания аккаунтов в социальных сетях. Однако не все так безнадежно, и именно в последнее время руководители учреждений и владельцы компаний целенаправленно ищут дипломированных и квалифицированных специалистов, растет востребованность на профессионалов сферы коммуникаций.

Литература

- 1 Ривз Россер, Реальность в рекламе, – М.: В/О, Внешторгреклама, 1983. – С. 127
- 2 Владимирская А., Владимирский П., Нестандартный учебник по рекламе: Рекламные игры для взрослых, – Рн/Д.: Феникс, 2005, С.274, 17
- 3 Синяева И.М., Маслова В.М., Сфера PR в маркетинге, – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – С. 285, 18
- 4 Котлер Филип, Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – С. 424
- 5 Хопкинс Клод, Реклама: Научный подход, – М.: Альфа-Пресс, 2000
- 6 Стратегии бизнеса: Аналитический справочник, Под общ. редакцией академика РАЕН, д.э.н. Г.Б. Клейнера. – М.: «КОНСЭКО», 1998
- 7 Иванов А., Бесплатная реклама: результат без бюджета, – Электронное издание. ООО «Альпина», 2011
- 8 Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, «Effective Public Relations» – Pearson Prentice Hall, 2006
- 9 Ильинский С.В. Энциклопедический словарь PR и рекламы (700 терминов), – Электронное издание, 2002

Аннотация: В данной статье автор акцентирует внимание на необходимости пересмотра подходов построения информационной политики и стратегии в коммерческих и государственных компаниях, раскрывает суть и составные части эффективной коммуникационной стратегии, описывает сегодняшнее состояние информационного менеджмента в сфере бизнеса, предлагает варианты изменений.

Ключевые слова: информационная политика, коммуникационный менеджмент, бизнес-коммуникации, связь с общественностью, реклама, корпоративная культура, информационное сопровождение.

Abstract: In this article, the author focuses on the need to review the approach of building information policy and strategy in commercial and public companies, reveals the essence and components of an effective communication strategy, describes the current state of information management in business, offers options for change.

Key words: information policy, communication management, business communications, public relations, advertising, corporate culture, information support.

Андатпа: Автор бұл мақалада коммерциялық және қоғамдық компанияларда ақпараттық саясат пен мен стратегияны қайта құру қажеттігіне көңіл бөледі, тиімді коммуникациялық стратегия мәні мен компоненттерін ашады, бизнестегі ақпараттық басқару ағымдағы жай-күйін сипаттайды, өзгерту жолдарын ұсынады.

Түйін сөздер: ақпарат саясаты, байланыс менеджменты, бизнес-байланыстары, қоғамдық байланыстар, жарнама, корпоративтік мәдениет, ақпарат қуаттауы.

Лифанов С.А.

**Терроризм как социальный феномен
в контексте религиозного сознания:
трудности идентификации**

Рассматривая понятие терроризма как феномена современности возможно обратиться к исходному определению «террора» как страха. «Нечто немислимое и ужасающее стало реальностью, а следовательно, должно было получить свое собственное наименование» [1]. Масштабность террористических угроз нашла выражение в относительно новом термине – «террористическая война». Как отмечает немецкий ученый Х. Хофмайстер можно выделить следующие основные составляющие в понимании террористической войны: долгосрочная перспектива и глобальные масштабы воздействия, ориентация на психологическое превосходство, воздействие на глубинные слои общественного сознания.

Многие специалисты предлагают искать корни современного терроризма в процессах глобализации, изменивших геополитические очертания государств. В настоящее время терроризм преобразовался из разрозненного «точечного» явления в масштабный процесс, который детерминируется многими явлениями, зачастую внутренне противоречивыми, затрагивая государственно-политическую сферу на различных уровнях.

Пониманию терроризма присущи внутренние противоречия, затрудняющие поиск классифицирующих его признаков, такие как поиск субъектов и объектов террора. «Конечным объектом воздействия террористического насилия, как правило, является не столько само гражданское население (играющее скорее роль жертвы), сколько государственная власть... Терроризм – это смертельно опасная квазитеатральная «постановка», которая разыгрывается террористами для главного «зрителя» – государства – с тем, чтобы заставить его предпринять какие-либо действия или воздержаться от принятия каких-либо мер. Именно по-

пытка давления на государства как конечный объект терроризма придает этому виду насилия асимметричный характер» [2].

С одной стороны, акты террора иногда трудно дифференцируемы в сопоставлении с криминалистическими проявлениями, при этом важно отметить, что признаком терроризма является именно инерциальный характер террористических актов, которые имеют прямой целью нарушение общественной безопасности и запугивание населения; давление на власти в принятии определенных решений или удовлетворение имущественных и/или иных интересов, как правило являющихся чрезмерными; провокацию или эскалацию военных конфликтов и осложнение международных отношений.

Другой особенностью в определении современного терроризма является поиск его религиозных корней. Социально-политическая практика последних десятилетий показала, что наиболее опасная форма радикализма – терроризм и экстремизм, опирающиеся на идеи этнической, религиозной, культурной, политической, идейной, цивилизационной нетерпимости. По мнению, к примеру, У. Бека человеческая цивилизация есть «всемирное общество риска (скрытое революционное общество), в котором ограничения национального взгляда разрешаются реальной или потенциальной катастрофой» [3].

Терроризм в этом смысле действительно является основанием глубокой культурной катастрофы глобализирующегося человечества. Оснащенный возможностями мультимедийных технологий и сетевых информационных структур современный человек, опирающийся на принципы толерантности и мультикультурализма, начинает познавать глубину и разнообразие культуры других народов и религий, а фанатики национализма и религиозного экстремизма предлагают «пояс шахида». Как итог в общественном сознании может возникнуть и пустить глубокие корни страх (terror), для которого уже не важны реальные образы вещей, а лишь их идеологические, стереотипированные модели, транслируемые по различным коммуникативным каналам (от официальных СМИ до банальных «слухов»).

«Дело в том, что концептуально вся пропагандистская картина современного терроризма изначально выстраивалась СМИ в терминах, стилистике и аргументации как война ортодоксальных ре-

лигиозных фанатиков и современного цивилизованного мира, а в научной интерпретации – как столкновение цивилизаций» [4, с. 76].

В определенном контексте образ «террориста» как источника «страха», надолго укоренившегося в общественном сознании, не является непосредственным отражением террориста как субъекта террористических действий. В широком символическом контексте массовой культуры сливаются образы тех, кто виновен в осуществлении конкретных терактов, с культурными символами, проекция которых подменяет собой реальность событий. Достаточно близко к искомым духовным проявлениям подходит реальность религиозного сознания и религиозных ценностей. «Если измерять большинство религий по западному образцу, – отмечает Хофмайстер Х., – то многим религиям, ... можно вменить в вину нехватку в просвещении. Просвещение в форме саморефлексивности, будь она понята как теология или философия; просвещение, измеряемое масштабом секуляризованного сциентистского мышления нашей эпохи, вряд ли верно оценивает сущность религии. Религия – это основной феномен человеческого бытия, и в отношении к Богу или даже богам человек не просто относится к самому себе или к себе подобным, но, веруя, ставит себя в отношении к некоему существу или существам, которому или которым он обязан своим бытием, своим мироустройством. Религия, в той степени, в которой она имеет человеческие истоки, может уходить своими корнями в жизненный уклад и образ мыслей человека, но вряд ли кто-то возьмется утверждать, что она представляет собой лишь отображение человеческого мышления. Сопоставление религии с рациональностью, снятие напряжения между верой и знанием как всего лишь видимости заставляет нас признать исключенное и объявленное неразумным либо сверхразумным, если мы испытываем пиетет перед религией, либо лишенным ценности, если мы испытываем пиетет перед требованиями критического мышления. Обе эти позиции не адекватны феномену религии, ибо они либо не ставят перед ней вопрос об истине, либо делают это в недостаточной степени. Однако последний подход опасен, поскольку он превращает объявленные бессмысленными и мнимыми элементы религии в своего рода манию, галлюцинацию, которая, представляя собой

нечто псевдорелигиозное, сама грозит стать одной из существенных предпосылок террористической войны» [1, с. 451].

Стереотипы мира террористических угроз уже реальность. Как утверждает американский исследователь Марк Сейджмен (Mark Sageman) в работе «Сетевые структуры терроризма» (Understanding Terror Networks) – на Западе, широко распространено клише, что «именно люди незападных культур и неразвитых регионов способны испытывать большое удовольствие от больших злодеяний» [5]. Однако в своей работе М. Сейджмен приходит к противоположному выводу, свидетельствующему о том, что поиск «типичного» террориста среди приверженцев определенной религии или этноса, иммигрантов из конкретного перечня стран не эффективен в контексте обеспечения безопасности государства и общества. При этом поиск исчерпывающих ответов на свой же вопрос «Но почему ... молодые люди, образованные и состоятельные, психически уравновешенные и успешно социализированные, выбирают путь абсолютного нигилизма и массовых убийств мирного населения?» М. Сейджмен считает преждевременным.

Терроризм – это одно из «следствий неспособности институтов западного общества обеспечить индивидов прочным чувством идентичности», считает М. Сейджмен. Поэтому идеологической основой такого нового явления, как «глобальный терроризм», может в будущем стать любой другой фундаментализм, не только исламский [6].

Наиболее опасным явлением современности представляется, безусловно, международный терроризм. Однако, необходимо отметить, что данный термин также несколько условен. Термином «международный терроризм» квалифицируются противоправные действия в случае если террористический акт осуществлен в пределах определенного государства, при условии, что виновные в его совершении лица не являются его гражданами, подготовка теракта осуществляется в пределах другого государства или там укрываются террористы, а также если преступление совершено против лиц, пользующихся международной защитой. В тоже время, глобализационные процессы современности расширяют спектр последствий террористических угроз, увеличивая их мировое значение и масштабность потенциальных следствий.

Причины распространения международного терроризма широко анализируются специалистами различных научных направлений. В качестве примера возможно привести выводы, к которым приходит французский исследователь Мирей Дельмас-Марти. Она отмечает, что в современное время происходит специфическая криминализация социально-экономических и социально-культурных факторов, потенциально способствующих расширению масштабов международного терроризма. К их числу относятся, в частности:

– общая тенденция к неравномерному распределению ресурсов, доходов и богатства, ибо и внутри отдельных стран, и между странами растет неравенство, образуя «узлы социальной напряженности»;

– прогрессирующее обострение проблемы бедности и в промышленно развитых и в развивающихся странах. Социальная и экономическая поляризация влечет за собой «образование двух обществ, средние классы которых, соответственно, либо погружаются в нищету, либо живут в комфорте»;

– значительная концентрация населения в городах, создающая опасность их перенаселения и деградации [7, с. 90].

Подводя краткий итог, возможно отметить, что эффективные исследования терроризма как социального феномена должны быть междисциплинарными, носить целостный интеграционный характер, включая в себя религиоведческие и культурно-антропологические исследования, юридические и криминологические экспертизы, исследования с привлечением методологического инструментария психологии, социологии и политологии и др.

Литература

- 1 Хофмайстер Х. Теория террористической войны // *Homo philosophans*. Серия «Мыслители», выпуск 12. СПб., 2002. – С. 439-452.
- 2 Степанова Е.А.. Роль наркобизнеса в политэкономии конфликтов и терроризм. Москва; издательство «Весь Мир», 2005. – 212 с.
- 3 Бек У. Власть и её оппоненты в эпоху глобализма. – М.: 2007. – С. 147.
- 4 Левашов В. К Политическая социология: проблемы терроризма. Безопасность и терроризм // *Социологические исследования*. – 2005. – №7. – С. 72-77.

- 5 Сэйджмен М. Сетевые структуры терроризма (Understanding Terror Networks). – М., 2008
- 6 Хохлов И.И. Терроризм как судьба. Этические и социальные причины. Режим доступа: <http://www.nationalsecurity.ru/library/00016/00016sageman1.htm>
- 7 Кудрявцев В.Н. Осмысля терроризм. Предупреждение терроризма // Общественные науки и современность. – 2004. – №1. – С. 89-95.

Хао Х.
Руководитель – Ахметова Л.С.

Проблемы иностранных студентов

Я студент из Китая, два года назад, я приехал в Алматы, решил учиться на подготовительном факультете. В этом году я поступил в университет КазНУ имени аль-Фараби. Это я первый раз учусь и живу в другой стране. Для меня все новые, но иногда сложно и тяжело, потому что, я – иностранец, у меня много проблем жизни в другой стране. Трудно адаптироваться в зарубежном жизни. Для этого я сделал интервью с иностранными студентами.

1. «О какой адаптации в Алматы может идти речь, если я не владею лексикой?», – студент из Колумбии.

Главная проблема в адаптации иностранных студентов – языковой барьер. Конечно, постепенно они начинают понимать русскую речь и привыкают говорить на неродном для них и сложном для изучения русском языке. Но задача овладеть его «неформальными инструментами» и за счет этого более эффективно адаптироваться к социальной и культурной среде вряд ли может быть решена.

2. «Русские и местные с нами практически не общаются, только когда им что-то нужно: помочь по учебе, списать и т.д. Мы всегда помогаем, а они продолжают вести себя, как будто мы незнакомы», – студентка из Вьетнама.

Во Вьетнаме успешным школьникам оплачивают обучение за рубежом, в первую очередь, в университете. При этом они должны продолжать хорошо учиться и подтверждать, что государственные средства тратятся не напрасно. Вьетнамские студенты – добросовестные студенты. Учеба на первом месте, сон – на втором. Этим российские сокурсники и пользуются, сильно облегчая себе жизнь. У вьетнамцев принято помогать окружающим, только вот те, кому они помогли, относятся к этому как к должному, и на такой помощи общение ограничивается.

3. «Нам нельзя проходить практику. Если мы учимся в университете, платим за обучение, почему нам нельзя проходить практику или работать? Если мы работаем, значит, мы закон нарушили, – студент из Китая.

Суть проблемы состоит в несовершенстве законодательства: чаще всего, студенты приезжают учиться в Казахстане по краткосрочной образовательной визе. Официально они не имеют права устраиваться на работу. Особо предприимчивые иностранцы работают в кафе, у друзей и знакомых, выступают на вечеринках.

4. «Мне очень трудно планировать свое время, когда я не знаю расписания общественного транспорта», – студент из Афганистана.

Не секрет, что афганцы – народ пунктуальный, ответственный и внимательный к мелочам. На эту тему есть очень много анекдотов.

Вот и на автобусе, как ни странно, студенты из Афганистана жалуются на то, что трудно быть вовремя, когда есть такой непредсказуемый фактор как автобус, да еще и российского производства. Удивительным им кажется то, что водитель может чинить заглохнувший на светофоре автобус молотком, не вставая с кресла.

5. «На остановках нет табличек с маршрутом. Иногда и остановки-то совсем нет», – студент из Афганистана.

Иностранцам студентам и так достаточно трудно адаптироваться в зарубежной жизни. Усугубляет же ситуацию недостаточное количество опознавательных знаков, которые помогли бы освоиться и ориентироваться в незнакомой, непривычной и не всегда дружелюбной обстановке.

6. «Когда я собиралась в Казахстан, я думала, что я еду только учиться, потому что тут очень холодно, и мне не нужна хорошая одежда для вечеринки... And when I arrived here, I realized ... that I need more! ...», – студентка из Филиппин.

7. Но не только в нашем дружественном Казахстане есть такие проблемы иностранных студентов. Например, еще в России тоже. Мой друг, он тоже китаец, который учится в Санкт-Петербурге. Я брал интервью у него, он рассказал: «Что меня особенно раздражает, так это то, что они ведут себя, как в детском саду. После 12 часов ночи нельзя выходить из общежития. Мне

22 года, я взрослый человек, и я знаю, что для меня хорошо. И это моя проблема!»

В России это своеобразная форма заботы, и, конечно, бюрократическая система с бесчисленным количеством правил на все случаи жизни. Как раз этому свобододлюбивая душа иностранца и протестует.

Но, несмотря на все проблемы и неудобства, каждый находит в Казахстане и в России что-то для себя: престижное в родной стране образование, захватывающее путешествие, экстремальный опыт, и остается доволен.

Сейчас мы должны более и глубоко понять, узнать иностранных студентов, что им необходимо и помочь решить их проблемы.

Щорс Т.С.

Проблемы национального имиджа в современном мире

Новая власть заключается в информационных кодах, в представительских имиджах, на основе которых общество организует свои институты, а люди строят свои жизни и принимают решения относительно своих поступков. Центрами такой власти становятся умы людей.

М. Кастельс

Проблема создания положительного имиджа России внутри страны и за ее пределами стоит как никогда остро. Международные отношения превратились на сегодняшний день в арену противостояния идей, борьбы за умы, настроение, общественное мнение. Между тем, по данным различных организаций имидж и рейтинг национального бренда России на сегодняшний день существенно снизился. Так, по индексу национальных брендов С. Анхольта в 2013 г. Россия находилась на 22-м месте из 25-ти; индексу страновых брендов FutureBrand в 2014 г. – на 16-м месте; The Good Country Index и вовсе отправил нашу страну в том же году на 95-ю позицию.

Эти исследования проведены в основном ориентированными на Запад структурами, и признать их полностью объективными в отношении России вряд ли возможно. Не вызывает сомнения, что сегодня внешнеполитический имидж России искусственно занижен. Безусловно, наметились и положительные тенденции. В частности, в России, начали предприниматься последовательные шаги по созданию системы коммуникации, направленной на формирование имиджа страны. Зарождаются институты «мягкой силы» и публичной дипломатии, в частности, МИД России и его структуры – Департамент информации и печати, Федеральное агентство по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество), неправительственные организации, инс-

титуты гражданского общества, «фабрики мысли» (think tanks): фонд «Русский мир», фонд поддержки и защиты прав соотечественников, проживающих за рубежом, фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова, некоммерческое партнерство «Российский совет по международным делам» (НП РСМД), Общественная палата Российской Федерации и др.; глобальные СМИ: телеканалы «РТ», «Россия-РТР» и др., Международное информационное агентство «Россия сегодня», проект «Российская газета», Интернет-ресурсы МИД и других правительственных ведомств.

Вместе с тем, действия по созданию положительного имиджа страны по-прежнему, остаются фрагментарными, часто они являются не превентивными, а мерами кризисного управления по корректировке уже сложившегося негативного восприятия нашей страны под воздействием глобальных СМИ. Нет единого центра координации усилий по формированию имиджа страны.

Необходима четкая имиджевая стратегия государства, направленная на создание и продвижения национального бренда страны. При разработке имиджевой политики особенно важно *долгосрочное стратегическое планирование*. Имидж каждого государства – это сложный многосоставной конструкт, и формировать его необходимо постепенно, целенаправленно и последовательно. Он должна стать программой системного воздействия на мировое общественное мнение через все каналы массовых коммуникаций и публичной дипломатии с целью формирования устойчивого положительного внутри- и внешнеполитического имиджа.

Важно постоянно действовать на всех зарубежных дискуссионных площадках. В этом смысле представляется целесообразным рассмотрение международных организаций как канал коммуникации, посредством которого также формируется имидж страны, среди которых, несомненно, выделяется Организация Объединенных Наций.

ООН же представляет собой глобальный форум, организацию, основной функцией которой является коммуникация на различных уровнях социального взаимодействия по самым важным вопросам мирового развития. Таким образом, наряду с глобальными и локальными СМИ ООН представляет собой трибуну для

представления России и ее позиции зарубежной общественности непосредственно через общение по дипломатическим каналам (при межправительственном взаимодействии), а также посредством «народной дипломатии». Такая трибуна представляется тем более ценной, учитывая, что внимание к ООН как к крупнейшей международной организации традиционно высоко со стороны глобальных и локальных СМИ, других групп общественности.

Следует отметить, что ООН в силу универсального характера своей деятельности является агентом формирования современной глобальной системы коммуникации, посредством которой осуществляется формирование имиджа России на современном этапе. Например, под эгидой ООН в 2003-2005-м и 2014 годах прошли Всемирные саммиты по вопросам информационного общества, в рамках которых решались такие важные проблемы как глобальное управление развитием сети Интернет и сокращение цифрового разрыва, содействие расширению числа пользователей глобальной сети.

Примечательно, что Россия председательствовала на рабочих заседаниях по подготовке итоговых решений саммита. Активная позиция России в рамках этого саммита способствует как ее положительному имиджу, так и продвижению интересов России в данном направлении. Это особенно важно в контексте бурного развития Интернет-дипломатии или дипломатии Web 2.0 как одного из инструментов формирования имиджа страны. В условиях преобладания в глобальных СМИ антироссийских настроений Интернет является одним из существенных средств коммуникации для формирования имиджа страны.

За более чем 70-летнюю историю ООН накопила существенный опыт в области глобальной коммуникации. Представляется целесообразным изучение данного опыта и возможностей использования коммуникационных ресурсов Организации для продвижения России.

В настоящее время в результате реформы совершенствуется система коммуникации ООН, используемая ею для создания имиджа организации по всему миру. Следует отметить, что данная система имеет значительную историю, уже в 1946 г. в ООН был создан Технический Консультативный Комитет по информации, главной целью которого стало «содействовать в возможно

большей мере правильному пониманию народами мира деятельности Организации». Таким образом, уже тогда в ООН осознали, что успешная деятельность на мировой арене возможна только при правильном освещении работы организации и доведении информации о ее деятельности до ведущих групп общественности.

В результате реформы было принято решение поставить культуру коммуникации во главу угла всей деятельности организации. С начала XXI века коммуникация приобретает стратегическое значение в работе ООН. Осуществляется стратегическое планирование коммуникационных программ, регулярные совещания рабочих органов, координация усилий в области коммуникации и оценка эффективности.

В основе стратегического планирования коммуникативной деятельности ООН лежит концепция общественной информации. Целью общественной информации является формирование осведомленности и информирование, убеждение через знания и информированность. Интересно, что она созвучна принципам «публичной дипломатии».

По пути «публичной дипломатии» идет сегодня и Россия, для которой выстраивание положительного имиджа страны должно базироваться в первую очередь на механизмах просвещения зарубежной общественности, ее информирования, а не пропаганды. Содержательный контекст информационных сообщений, продуцируемых Россией на внешнюю аудиторию должны стать ее культурные ценности и историческое наследие, а также универсальные человеческие ценности, лежащие также в основе Устава ООН.

На внешнеполитической арене необходимо четко позиционировать Российское государство как:

- основу самостоятельной цивилизации
- важную международную силу, источник многополярного мироустройства, как последовательного сторонника принципа равноправия всех государств.
- на идеях реального суверенитета, права наций и народов на самоопределение и выбор собственной модели политического развития;
- приверженности верховенству международного права, решению международных споров мирными средствами;

- реформировании системы глобального управления мировой экономики;
- защите нравственных ценностей.

Эти идеи положены в основу Устава ООН. В данном контексте можно говорить, что идентичности бренда ООН и национального бренда России в значительной степени совпадают. Это позволяет говорить о потенциале кобрендингового продвижения.

Примером совместного продвижения брендов ООН и России могут послужить программа Глобального Договора ООН о социально ответственном бизнесе, а также участие российских поп-звезд в продвижении программ ООН. Среди 20 российских организаций, присоединившихся к Глобальному договору, – 16 компаний, три бизнес-ассоциации и одна международная межправительственная организация.

Среди российских участников договора есть крупнейшие корпорации и холдинги (АФК «Система», «Интеррос» и др.), в состав которых входит целый ряд крупных компаний – лидеров добывающего, финансового, торгового сектора и других отраслей экономики. Одним из наиболее крупных российских участников Глобального договора ООН с 2004 года является Российский союз промышленников и предпринимателей.

Среди российских звезд – послы доброй воли ООН – Олег Газманов, Оксана Федорова, Алексей Воробьев.

В настоящий момент ООН является универсальной всемирной организацией. Уникальной площадкой для координации действий международного сообщества, поддержания мира и безопасности. Наша страна стоит у истоков ее создания и исторически занимает весомое положение внутри организации. Сохранение ведущей роли России в ООН – укрепляет ее имидж как одного из влиятельных центров глобального управления, великой державы в мировой политике.

Имидж ведущих политических лидеров – является одной из главных координат в системе выстраивания имиджа страны. Генеральная Ассамблея ООН, глобальные форумы, действующие на постоянной и временной основе на базе ООН (например, Конференция по вопросам изменения климата в Париже в 2015 году или Всемирный саммит по вопросам информационного общества в 2014 году) представляют собой в этом смысле уникальную

площадку для формирования имиджа через выступление ее представителей.

Примечательным в этом смысле является выступление В.В. Путина на 70-й Генеральной Ассамблее ООН, получившее высокую оценку международных СМИ. Так, например, по словам известного вашингтонского аналитика Иэна Бреммера, выступление Путина в ООН явилось «геостратегическим пиком его президентства».

Публичная дипломатия традиционно предлагает использовать двухуровневую систему коммуникации при продвижении на столь глобальные аудитории, как по сути весь мир. В ООН эта схема используется уже давно. Приоритетными аудиториями для ООН являются: правительства, СМИ (глобальные и локальные), общественные объединения и ВУЗы. Их роль в коммуникации представляется как ретрансляция сообщений на более широкую аудиторию.

С возникновением дипломатии Web 2.0 эта конфигурация немного изменилась, так как появился канал коммуникации, позволяющий обращаться непосредственно к самым широким слоям общественности в разных странах. Тем не менее это способ продвижения страны по-прежнему очень актуален и активно используется различными странами для формирования собственного имиджа. Представляется целесообразным рассмотреть данный опыт в контексте формирования имиджа и нашей страны.

Привлечение и развитие российской народной дипломатии для формирования имиджа России в ООН также представляется весьма интересным направлением в продвижении России на мировой арене. На наш взгляд необходимо развитие участия российских общественных объединений в работе ООН с целью продвижения позиции России. Общественные объединения, обладающие консультативным статусом при ООН могут направлять своих представителей на заседания, которые касаются вопросов, входящих в их компетенцию, представлять краткие письменные заявления, которые могут быть опубликованы в качестве документов ООН и рассылаться членам ЭКОСОС или вспомогательных органов. В России также предпринимаются попытки наладить взаимодействие с гражданским сектором, в частности, в 2014 году проводилась встреча с представителями обще-

ственных объединений в МИД РФ, по инициативе Комитета СФ по развитию гражданского общества проводился круглый стол по вопросам взаимодействия институтов гражданского общества с Экономическим и Социальным Советом ООН. Среди неправительственных организаций, имеющих консультативный статус при ООН следует выделить фонд «Русский мир», Российскую Ассоциацию Содействия ООН, Российский Фонд мира. Однако доля российских НПО в общем числе НПО, ассоциированных при ООН, чрезвычайно мала – всего лишь 61 среди 3000 организаций.

Еще одним направлением в формировании имиджа России является продвижение русского языка, активное распространение ценностей русской культуры и литературы за рубежом. Следует отметить, что вопрос паритета языков остается одним из ключевых в ООН, и находится в компетенции Департамента общественной информации. Вопросами культуры и образования традиционно занимается ЮНЕСКО, сотрудничество с которой необходимо для продвижения России, основываясь на символическом капитале русской культуры. усиление культурного влияния России как ключевого образовательного, научного, литературно-художественного, музыкального и спортивного центра.

Таким образом, при стратегическом планировании программы формирования имиджа России необходимо рассмотреть возможности использования ООН как площадки для ее продвижения. В то же время представляется целесообразным применить опыт ООН как глобального коммуникатора при построении и реализации имиджевых программ страны.

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы формирования национального имиджа в современных условиях. Отмечается, что имидж страны в международном масштабе становится в разряд стратегически важных ресурсов государства. Его создание и поддержание требует постоянных усилий специалистов по коммуникациям на основе долгосрочного стратегического планирования.

ГЛАВА V

ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА СТРАНЫ

Ахметова Л. С.

К 90-летию профессора Т.К. Кожакеева

Каждый год на первом занятии, когда я встречаюсь с новой группой на факультете журналистики, я посвящаю рассказ истории, традициям и обычаям Казахского национального университета им. аль-Фараби, факультета журналистики, кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе.

Я имею на это право, ведь вся моя сознательная жизнь принадлежит КазНУ им. аль-Фараби, а это началось с 1971 года, когда после окончания алматинской школы №36 я поступила на факультет журналистики.

Мой рассказ об университете посвящаю У.А. Джолдасбекову, ректору, построившему КазГУград. Мой рассказ о факультете журналистики я посвящаю Т.К. Кожакееву, моему декану и непосредственному начальнику. Я рассказываю об их трудных и по-своему счастливых судьбах. Трудных потому, что были они людьми долга и чести, не предавали и не продавали, заботились о подрастающем поколении, искренне верили в будущее университета и страны, все силы отдавали на благо, на процветание вверенных им университета и факультета. Именно за искренность чувств, борьбу за справедливость, за свою репутацию и имидж университета они много страдали, их предавали и продавали, подставляли, исключали, выгоняли, всячески притесняли.

Счастливы они потому, что при их жизни правда восторжествовала, что они видели суверенную страну, процветание университета, новых студентов. Счастливы потому, что всегда их поддерживал крепкий семейный тыл, переживший вместе с ними все катаклизмы и невзгоды. Счастливы потому, что с теплотой и любовью о них вспоминают самые разные поколения студентов – выпускников, товарищей, друзей, коллег...

Мой рассказ о Т.К. Кожакееве начинается с 1986 года, тяжелого и страшного года для всего Казахстана. Декабрьские события тяжелой ношей легли в сердца каждого жителя республики, задели чувства и душу, обидели, оскорбили, сделали из процветающих в жизни людей изгоями, выкинули из общественной жизни. И это надо было пережить.

На западе архивы открываются через 50 лет после каких-либо событий. Считается, что тогда беспристрастно могут историки оценить происходившее ранее. Но материалы, воспоминания очевидцев и участников собираются сразу же. Хорошо, что Т.К. Кожакеев оставил свои статьи об этом времени, однако, читая их, видишь, что в силу разных причин, в том числе и безопасности, не все названо, не все сказано...

Описывая события 1986 года и участие студентов университета, я рассказываю о последствиях для студентов и руководства КазГУ. Я помню, как с болью в сердце читала «подвал» на две страницы в газете «Правда» «За что исключен из партии У.А. Джолдасбеков» и через несколько дней «подвал» на двух страницах «Казахстанской правды» – «За что исключен из партии Т.К. Кожакеев».

Холодный ветер 1937 года повеял в степи Казахстана после этих статей. Генетическая память передала нам страхи отцов и дедов. Мы знали, что за этим стоит. Как горько и обидно было сознавать, что в очередной раз нас обманули, как больно было знать, что нельзя верить в высокопарные речи правителей. Гласность, перестройка, изменение жизни к лучшему, свобода слова, мысли, передвижений, – все это оказалось в очередной раз «пустышкой», ложью и злонамеренными действиями. Вдвойне было больно поколению «шестидесятников», пережившим период оттепели. Им стало ясно, что страна не сможет развиваться дальше в таком русле. Разочарование было у молодежи – «восьмидесятников», которые искренне поверили и оказались исключенными из комсомола и университета, обиженными и поверженными только за то, что поверили в то, что гласность и перестройка – это навсегда, это их и наша жизнь.

Я – «семидесятница». И помню чувства обмана и горечи, ощущения того, что нельзя верить власти. Тогда я, пожалуй, впервые четко осознала, что такое политика двойных стандартов.

Т.К. Кожакеев – один из ведущих руководителей первого вуза республики, был исключен из партии и отправлен на пенсию, хотя ему оставался еще год до пенсии, ничего ему за это не платили. И он оказался без средств.

Дети за отца не отвечают, – знаменитое изречение И. Сталина, с гордостью произносилось всегда в стране Советов. Но слова и поступки расходились в реальности, как в далекие 30-е и 50-е годы, так и в 80-е годы в Казахстане.

Сын Мадет был изгнан из аспирантуры.

Семья жила скромно, на небольшую зарплату жены Азат-апай, издательского рядового работника.

Темир – означает железо. Железный бек Кожакеев не сломился, не согнулся, это было не в его характере, ведь не случайно дается Всевышним такое имя. Каждый день, как на работу, ходил Темирбек Кожакеевич в архивы и библиотеки. Писал много. Писал «в стол».

По характеру Т.К. Кожакеев был жестким, человеком. Многие его не любили. А студенты, особенно нерадивые, ненавидели и боялись. А нерадивых студентов было большинство. С этим утверждением кто-то не согласится. Однако к такой категории отношу я и себя. Вспомним молодость, кто не играл в «крестики-нолики» на лекциях? Не сбегал, не прогуливал, не доставал липовые справки, не пользовался шпаргалками, не врал вдохновенно педагогу о сломанном автобусе и т.д. Для нас, т.е. всех прошедших золотую студенческую пору, это была бравада, образ и стиль жизни. А для педагогов – нерадивость, леность, обман студентов.

Т.К. Кожакеев в первую очередь был строг к себе, затем к вверенному ему факультету, т.е. к педагогам, методистам, лаборантам и только потом к студентам.

Будучи студенткой, я декана Т.К. Кожакеева недолюбливала, как считала, за придирчивость и строгость. Я думала: «Ну, может быть, он когда-нибудь просто человеком, что он гоняет по пустякам, простил бы уже!».

У нас были железные правила: пропустил три дня без уважительной причины, пиши заявление об академическом отпуске. Если кто-то уходит в декрет, вновь заявление. Практически по каждому поводу. Выбора не было. Были жесткие правила, регламенти-

рующие все и вся, и, главное, для всех.. Тем не менее, о золотой студенческой жизни я вспоминаю с теплотой и радостью! Как молодцы мы были!

Нас на русское отделение в 1971 году поступило 52 человека, в 1976 году получило диплом 24. Вот какие были правила жизни! К слову сказать, все оставшиеся потом восстанавливались и кто по заочной, а кто по очной форме обучения закончил родной факультет. Я, к тому времени, молодой преподаватель обучала своих бывших сокурсников.

Годы прошли... И сейчас с высоты прожитых лет, я думаю, что жестокими по отношению к нему были и мы. Увы, потерявши голову, по волосам не плачут!

Ко мне, как к студентке, декан относился ровно. Конечно, я была не только студенческой гордостью университетского и республиканского масштабов, но и союзной. Часто не бывала на занятиях по уважительной причине, заседала в президиумах, выступала в прессе, занималась общественной работой, именной стипендиат (но, что греха таить, сбегали с лекций в «Аккушку», а когда стипендия, то в кафе «Театралку» возле Оперного театра или в ресторан «Алматы»). В общем, что придираешься? Но если попадалась с прогулом или еще чем-нибудь одна или в группе, то доставалось «выше крыши».

Закончив с красным дипломом, меня, первую в истории факультета, оставляют в университете на работу. Т.К. Кожакеев отнесся к этому спокойно. Тогда я не знала, что он думал, что меня оставляют на какую-нибудь общественную работу.

Конец августа 1976 года, и я появляюсь на факультете, иду к декану, откуда была выгнана.

Делать нечего, иду на прием к ректору У.А. Джолдасбекову. Объясняю причину.

– Ну, тогда, почему не хочешь быть лаборантом, как все начинают, а только преподавателем?

Я всегда отличалась дерзостью суждений, поэтому ответила:

– Я не для того отлично училась в главном университете страны, чтобы быть лаборантом.

Меня отправили в приемную. Зашел к ректору Т.К. Кожакеев. Когда он вышел, то бросил мне:

– Завтра в 9.00 выходите на работу.

Вот тогда-то и началась моя совсем не сладкая жизнь! И как я завидовала легкомысленной жизни студентов! Все, что можно было поручить, поручали только мне. Ночное дежурство в общезжитии – Ахметова. Сразу же потом в 8.00 – занятия – Ахметовой. Последняя пара у вечерников – заочников, которая заканчивалось в 21.50, – Ахметова.

Попробуй, не сделай! Получив два выговора и написав две объяснительные только за первый год работы, я всерьез подумывала о сложности производственной деятельности.

Т.К. Кожакееву нравились работяги, исполнительные и инициативные люди. Наступил момент, когда я поняла, что гоняет он не только меня, а всех. Когда надо он вставал горой за работников, но его требовательность, иногда переходила границы, заставляла всегда быть в напряжении, поэтому его многие недолюбливали.

Парадокс, требовательность была необходимым условием в советское время, иначе большинство бы просто не работало, а отбывало время на производстве. Она же являлась источником напряжений и неудовольствий коллектива.

Уже тогда – в молодые преподавательские годы – я поняла требовательность Т.К. Кожакеева была не случайной. Благодаря этому наш факультет был всегда самым лучшим или лучшим среди лучших. Мы всегда занимали первые, вторые, третьи места в социалистическом соревновании. В университете всегда занимали первое-второе место по успеваемости, первое место по посещаемости занятий студентами, призовые места в художественной самодеятельности, в работе студенческих строительных отрядов, механизированных отрядах, на сельскохозяйственных работах, словом, всюду и везде – мы были первыми или в числе первых.

Без требовательности декана Т.К. Кожакеева это было невозможно. И только будучи молодым преподавателем, столкнувшись с реалиями жизни, я поняла справедливость его суждений, точность его действий, правильность его шагов.

Набив синяков и шишек, находясь в его команде, не имея за это никаких льгот и привилегий, становишься его единомышленником, несмотря на его взгляды и неоднозначность суждений.

– Я Вам не агай, а Темирбек Кожакеевич, – говорил он студентам казахского отделения, дистанцируясь от них, подчер-

кивал: «Агай – это дома у себя говорите, а здесь в кабинете – по имени-отчеству».

Т.К. Кожакеева помнят все студенты и сейчас, думая о правильности и твердости шагов декана в те годы.

Наши отношения наладились, когда я увидела и прочувствовала правильность действий, будучи уже преподавателем, мы даже подружились, когда я стала председателем профсоюза студентов.

Я решила провести айтыс студентов. К кому обратиться мне, русскоязычному человеку? Конечно же, на родной факультет журналистики.

Т.К. Кожакеев удивился просьбе и неожиданно сразу же согласился. Практически он все сам организовал. Я с ностальгией смотрю на фотографии с айтыса. Как молоды мы были! С какой радостью я пригласила председателей профкомов других вузов, и с гордостью показывала, что университет первый возрождает традиции студенческих айтысов.

Впервые мы одели чапаны студентам, завоевавшим призовые места. По тем временам это была неслыханная роскошь для любого, для студента – тем более. И это были личные подарки Т.К. Кожакеева. А другим мы раздали подарки, купленные на небольшие профсоюзные студенческие деньги.

А как строг он был, Темирбек Кожакеевич, главный судья айтыса.

В сердце КазГУграда на зеленой лужайке дотемна не смолкали задорные песни студентов! Какое было время!

Неожиданная болезнь и смерть любимой дочери-красавицы подкосила Т.К. Кожакеева. Я видела, он стал другим. Целый год он верил и надеялся в чудо, что дочь выздоровеет. Вызывал московскую профессуру, сдавал кровь, холил и лелеял свою гордость и надежду. Получив диплом об окончании вуза, дочь угасла на руках скорбящего отца. Море людей и море цветов на похоронах.

Темирбек Кожакеевич как-то сник, горе придавило его. Семья на долгие годы перестала устраивать праздники, не отмечали юбилеи. Все Кожакеевы стали жить как-то по-другому. А сам Железный Кожакеев стал мягче, изменил некоторые взгляды, несколько по-другому стал относиться к студентам, молодежи. Почему-то в этот период мы стали больше понимать друг друга,

стали терпимее к взглядам. Мне стало намного легче работать с ним, а некоторые поступки и действия его просто ошеломляли. Размышляя об этом феномене сегодня, я думаю, что именно в тот момент мы стали друзьями, изменились отношения: студент-декан, преподаватель-декан. Мы стали говорить на разные темы, иногда подшучивать друг над другом. И я явно чувствовала равенство друг друга. Здесь не было отношений старшего-младшего, начальника-подчиненного, мужчины-женщины, здесь были дружеские, товарищеские отношения. Впрочем, что свойственно старшим мужчинам, любящим подкалывать женщин, когда видят, что на них обращают внимание другие, он часто иронизировал по этому поводу, вводя меня в краску. Я знала всегда, что на факультете журналистики у меня есть хороший товарищ и друг.

Судьбе было угодно распорядиться так, что однажды сентябрьским днем мы оказались летящими семьями в самолете на Кавказские Минеральные воды. В Актюбинске наш самолет задержали на долгие шесть часов. К Кожакеевым приехали знакомые. Уехать куда-нибудь не могли, так как рейс откладывали каждые два часа, поэтому были недалеко от аэропорта, но в очень чудном месте. Для Кожакеева и в мыслях не было, не позвать мою семью. Отдыхали вместе прекрасно. Вот с этого момента и началась моя дружба с Азат-апой.

Выяснилось, что моя семья и Азат-апа будем отдыхать вместе в Железноводске, но только в разных санаториях, а Темирбек Кожакеевич и Мадет едут дальше. Здесь открывается новая черта Кожакеева. Я знала, что долгие годы он искал могилу погибшего на фронтах Великой Отечественной войны брата. И, наконец, он нашел ее в какой-то далекой деревушке. Получив отпуск, взяв горсть земли со своей меркенской родины, взяв своего сына Мадета для продолжения традиций и преемственности поколений, он поехал на встречу с братом, пролежавшем долгие тридцать с лишним лет в братской могиле советских воинов и давно не встречавшем своих родных.

Мы с Азат-апой прекрасно отдохнули в Железноводске. Ездили на экскурсии, лечились. Привезли огромное количество фотографий. Однако Азат-апа впервые отдыхала без мужа, и мне однажды сказала, что сильно скучает, и больше никогда не будет отдыхать без него. То, что они были счастливы вместе,

было очевидным, и ярким проявлением их чувств было удивительное сочетание твердости характера мужа и мягкости, доброты жены.

Возвращаюсь в далекие последекабрьские события 1986 года. Ученики не бросили своего учителя. Где-то под псевдонимом, где-то под чужими фамилиями публиковали статьи Т.К. Кожакеева, который, став, свободным от работы, организационной кропотливой и как выяснилось, неблагодарной, в архивах и библиотеках самореализовался, как трибун, публицист, историк, сатирик, писатель, политолог. Открытые в то время архивы для Т.К. Кожакеева были Клондайком, неизведанным миром далеких дней. Он писал взахлеб, творчески, открывая все новые и новые имена. За 5 лет – 17 книг. Кто может похвалиться такой продуктивностью? И все книги – новые явления, эпохальные события, реабилитированные имена, неизвестные страницы истории Казахстана.

В трудные минуты жизни человек ведет себя по-разному. А если такой период длится долгие пять лет? Когда прекратились звонки, с тобой не разговаривают, не здороваются, ты вычеркнут из жизни общества. Как не сломаться?

Железный Кожакеев выбрал путь истины. Через реабилитацию других, воссоздание событий, нового взгляда на старую историю, открытие белых пятен и забытых имен. Что может быть благороднее такого поступка? Это не только ради журналистики, это во имя страны. Вот настоящий патриотизм. Вот он – истинный Кожакеев!

Я верю в Высший разум, который помогает и оберегает меня всю жизнь. Мне повезло во многом, в том числе я горжусь тем, что всегда остаюсь такой, какая есть. Все эти события присутствовали во мне, в чем-то я принимала участие, и это отдельная история. Но главное, я не принимала участие ни в каких гонениях, не предавала, не продавала. И это Кожакеев знал.

В 1991 году Кожакеев был реабилитирован и приступил к работе в КазГУ. Сначала на 0,5 ставки на филологическом факультете (они оказались человечнее!), затем на факультете журналистики. В том же 1991 году, через несколько месяцев после его выхода, я появляюсь на работе после пятилетнего отсутствия (рождение двух детей). Период отсутствия – 1986-1991 г.г. – тот же, поэтому

со мной, на всякий случай, никто не общается. Впрочем, как и с Кожакеевым. Судьба нас вновь объединяет.

Помню последние в жизни всех партийные собрания, заседания Ученого совета факультета, битком набитые аудитории людей, сидящих втроем, мы с Кожакеевым сидим вместе, а вокруг пустота... Я говорю: «Мы с Вами в положении прокаженных»... Действительно, это так и было. На всякий случай, умудренный горьким опытом, народ нас сторонился. Почему мы на работе, никто толком не знал... И лучше быть подальше от таких людей. Каждому не объяснишь: «Не виноватая я...». Да и стоит ли оправдываться...

Это была особая дружба. Одиночество в толпе. Мы с ним такие разные, и объединены общим осознанием истории прошлого.

Он звал меня на свои лекции, я – на свои. Вместе мы сверяли курс, правильно ли идем. На его занятиях я с удивлением обнаруживала совсем взрослых людей, незнакомых мне и т.д. На мой вопрос, Т.К. Кожакеев ответил: «Это приходят те, которые были студентами в то время, когда я не работал, хотят меня послушать. Я им разрешаю...»

Представляете, какой педагог может похвалиться тем, что выпускники уже получившие диплом, пришли послушать твою лекцию просто так?

Сидим вновь вместе на Ученом совете, я, как женщина, горестно говорю, что вот скоро 40 лет. А он вздыхает: «Ляйля, это же лучшие годы! Как ты не понимаешь!».

Его не любили многие. Боялись. Не перечили ему. Делали все втихоря. Как я всегда отмечаю: «Ударом ножа в спину». Всегда выступал с критикой на Ученом совете. И все молчали, никто не опровергал, боясь, вызвать очередной огонь на себя. Все мы – люди, недостатки есть у всех.

Однажды я не выдержала. В очередной раз он критикует постановку обучения на казахском отделении. Называет конкретные имена педагогов, студентов. Я выступила уважительно: «Почему Вы все время их критикуете, неужели нет проблем на русском отделении, а все только на казахском?»

Факультет замер. Он вновь вышел на трибуну. Все ждали моего разгрома, разбора моих ошибок в работе, что угодно, но не

того, что произошло. Темирбек Кожакеевич вполне миролюбиво сказал: «Ляйля, я не критикую от того, что мне делать нечего. Просто постановка обучения на казахском отделении значительно ниже, чем на русском...».

Железный Кожакеев жил праведной жизнью на факультете. Он искренне хотел лучшего. Его не любили не профессионалы, те, кто не хотел работать, кто не работал над собой, для кого студенты были просто людьми, которые должны были их слушаться, подчиняться, только потому, что они были преподавателями, что они были на статус их выше.

Я не боготворю Кожакеева. Он был человеком со своими ошибками, были у него и свои слабости. Он не умел прощать. От этого страдал. Но он был руководителем от Бога и в жесткой тоталитарной системе состоялся как педагог, профессор, декан, прекрасный семьянин, оратор, сатирик, писатель, человек, который не поступался принципами. И жизнь его за это была. Но он оставался таким же упрямым, строгим, честным, стремящимся идти всегда вперед, всегда в ногу со временем.

Наступало время его юбилея. Когда он был деканом, в декабре хоровод поздравляющих появлялся задолго до его дня рождения. А тут юбилей, и ничего!

Мы продолжаем быть прокаженными на родном факультете. И обсуждаем с ним юбилей. Я уже отмечала, что долгие годы семья Кожакеевых не праздновала никаких событий. Смерть дочери сильно их подкосила. Кожакеев пересмотрел свои взгляды, стал мягче, терпеливее. После события 1986 года ему вновь пришлось собраться в жесткий кулак, и быть тем, кем он был долгие годы. Он выдержал пять лет прессинга и был тем же железным Кожакеевым, непримиримым к чинопоклонению, почитанию за должность, а не за человеческие качества.

Семья Кожакеевых приняла решение впервые после смерти дочери пригласить гостей. Я знала об этом и предложила Т.К. Кожакееву пригласить весь факультет. Как он вспыхнул от гнева! Как он горячо начал говорить мне, высказывая свои наболевшие страдания и мысли, который вынужден был прятать, работая и находясь вместе с предателями, трусами и его недоброжелателями. Называл фамилии, поступки, с горячей нетерпимостью и неодобрением! Впервые мы говорили так открыто, впервые я

видела Кожакеева таким помнящим и не прощающим. Это была боль души, незаживающая рана человека, мужественного, стойкого борца за справедливость. Он не умел прощать, и ему было от этого вдвойне-втрое труднее.

Выслушав поток горечи и боли, я убежденно стала доказывать свои взгляды:

– Это повод для примирения.

Он не хотел мириться.

– Но это жизнь. И это надо сделать.

– Предателей не прощают.

Он сделал это. Не важно, почему он так решил. Но весь факультет был приглашен в зал приемов Республиканского Дворца школьников, где был большой той в честь большого души человека. Случилось невероятное, чему свидетелем была я, факультет, получив приглашение, был ошеломлен. И началось великое примирение. никто не хотел с черной душой идти на праздник. До юбилея, как только он появлялся на факультете, к нему шли и шли люди: «Агай, простите...». Что творилось в его душе, я не знаю. Но это было...

Т.К. Кожакеева предали дважды. В далеком 1986 году и в 90-е годы. В начале 90-х годов вышел второй том воспоминаний участников и ответивших за события людей, в котором он резко, но все же осторожно, описал, что было с ним. Это можно прочитать, узнать...

Критику Т.К. Кожакеева во второй половине 90-х годов не признавали и не принимали. Шла настоящая борьба. Меня, как председателя профсоюза и друга Т.К. Кожакеева, постоянно пытались вовлечь в это дело. Но не Кожакеев хотел этого, руководство обязывало. Однажды на собрании я выступила для всех: «Декан Кожакеев – прекрасный декан эпохи Союза. Мы были первыми всегда и во всем: в учебе, дисциплине, труде и т.д. И это его заслуга. Но настали новые времена. Появились новые деканы. Это их время». Я заняла центристскую позицию, ни в каких делах не участвовала, никогда я не говорила плохо о Т.К. Кожакееве, но и не встала рядом плечом к плечу.

С факультета он ушел сам. Гордый, непобежденный, непонятый. Навсегда...

Простите учитель...

Лифанова Т.Ю.

Философское образование в КазНУ им. аль-Фараби в контексте приоритетов Болонского процесса

Постепенная реализация основных принципов Болонского процесса является неотъемлемой задачей развития образовательных программ КазНУ им. аль-Фараби в ближайшие десятилетия.

Одно из фундаментальных болонских преобразований, являющихся основанием для дальнейшей реформации образовательных программ – внедрение модели 2-х и 3-х циклов (бакалавриат, магистратура, докторантура).

Первые программы бакалавриата по специальности «Философия» открыты в КазНУ им. аль-Фараби в 1992 году. Программа бакалавриата за этот период претерпела значительные изменения: от формального сокращения обучения до 4 лет (вместо традиционного пятилетнего образования) до последовательного внедрения кредитной и модульной технологии обучения и компетентностного подхода. В настоящее время в соответствии с общими требованиями для казахстанских вузов нормативный период обучения первого цикла рассчитан на восемь семестров по 15 учебных недель на основе полного среднего образования в школе. Учебный план любой специальности 5В020100 – «Философия» бакалавриата КазНУ им. аль-Фараби содержит три блока дисциплин: государственный обязательный, социально-коммуникативный и профессиональный. Студентам бакалавриата на старших курсах предлагается выбрать индивидуальную образовательную траекторию (ИОТ), максимально соответствующую потребностям личностного и профессионального роста (например, «История философии», «Социальная философия» и др.). Интересной особенностью программ университета является наличие в блоке профессиональных дисциплин «Естественно-научного (STEM) модуля» и междисциплинарного модуля, что, несмотря на их небольшой объем в кредитах существенно допол-

няет качественное содержание подготовки бакалавров различных специальностей. За весь период обучения приобретается в соответствии с требованиями МОН РК не менее 128 казахстанских кредитов за теоретическую подготовку, что соответствует около 190 кредитам ECTS.

Новая реальность современного общества породила настоятельную необходимость сконцентрировать внимание, с одной стороны, на методологическом потенциале философского знания, когнитивной функции философии, таких разделах как логика, риторика, теория и практика аргументации, а с другой на ее антропологическом содержании. Все это нашло отражение в новых образовательных программах, реализуемых в КазНУ им. аль-Фараби с 2013 г. В структуру программ была включена принципиально новая для казахстанской системы образования дисциплина – «Философия научного познания». Изучение курса «Философия научного познания» направлено на формирование методологической и исследовательской культуры студентов, умения самостоятельно формулировать научные проблемы и алгоритм научного поиска ориентируясь на фундаментальные знания в области философии науки, а также возможности междисциплинарной методологии. Особое внимание уделяется проблемам науки и техники, инженерно-технических знаний и творчества, роли науки в общественном прогрессе, а также в генезисе и решении глобальных задач современности. Немаловажным представляется и стремление охватить в ее содержании профессионально ориентированных блоков (философия космологии, философия языка и коммуникации и т.д.).

Первые в системе казахстанского образования магистры-философы получили диплом КазНУ в 1998 году. В магистратуре предлагаются образовательные программы двух направлений: научно-педагогическое и профессиональное направление. По программе специальности 6M020100-«Философия»КазНУпредусмотрено освоение не менее 59 кредитов (не менее 120 кредитов ECTS).

Начиная с 2010 г. КазНУ им. аль-Фараби предлагает программы докторантуры, ведущие к получению степени доктора философии (PhD)по специальности 6D020100 – Философия. За 3 года обучающиеся осваивают 180 кредитов ECTS (75

казахстанских кредитов). В период с 2013 г., когда состоялся первый выпуск докторантов, проведено значительное число успешных защит. В тоже время степени доктора PhD и доктора по профилю в Казахстане все же требуют более четкого определения статуса их обладателей.

Дополнительно можно отметить внедрения в КазНУ им. аль-Фараби таких Болонских инструментов как:

- Европейская рамка квалификаций;
- Использование профессиональных стандартов;
- Привлечение работодателей к разработке образовательных программ.

Все программы специальности «Философия» имеют международную аккредитацию.

Веревкин А.В.

Корпоративные проекты и перспективные направления развития Центра социологических исследований и социального инжиниринга КазНУ им. аль-Фараби

В настоящее время одно из активно функционирующих исследовательских подразделений КазНУ им. аль-Фараби – Центр социологических исследований и социального инжиниринга (ЦСИиСИ).

Центр создан 2010 г. на базе кафедры социологии и социальной работы факультета философии и политологии. Руководитель Центра – заведующий кафедрой социологии и социальной работы факультета философии и политологии, д.социол.н., профессор Г.С. Абдирайымова.

На базе Центра ежегодно проводятся как прикладные, так и фундаментальные научные исследования, реализуется проект «Научно-прикладная лаборатория молодежных исследований». Следует также отметить, что спектр исследовательских направлений за последние годы значительно расширился. Центр проводит социологические и маркетинговые исследования, социологические экспертизы, предоставляет дополнительные образовательные программы.

В 2016 г. по заказу «Центра Болонского процесса и академической мобильности» Министерства образования и науки РК успешно реализован проект по оценке реализации принципов Болонского процесса в казахстанских вузах, по заказу компании Ferrero (Италия) проведен ряд социологических экспертиз и т.д.

В число основных задач Центра входит социологическое сопровождение основных видов деятельности университета и мониторинг качества предоставляемых образовательных услуг. Для мониторинга образовательной и научно-исследовательской деятельности в КазНУ им аль-Фараби используются результаты нескольких исследовательских проектов, проводимых на регу-

лярной основе Центром социологических исследований и социального инжиниринга с 2010 г.

1) Корпоративный проект университета «Преподаватель глазами коллег». Исследование проводится с 2011-2012 учебного года.

2) Социологический опрос выпускников КазНУ им. аль-Фараби «Поддержи свою AlmaMater». Опрос проводится с 2012 года.

3) Анкетирование «Преподаватель глазами студентов».

4) Анкетирование «Оценка эффективности курсов». В 2015 г. было проведено впервые и другие.

Методология опросов включает, как традиционные формы социологического исследования – анкетирование, интервьюирование, так и массовые онлайн опросы. Онлайн опросы проводятся при активном содействии Департамента информационных технологий КазНУ им. аль-Фараби, разработавшего специализированное программное обеспечение анкетирования. В идеале, в опросе должны принимать участие все студенты и преподаватели, но в реальности всегда процент участников несколько ниже. Тем не менее в среднем в анкетировании принимает участие 10000-12000 студентов и более 1000 преподавателей, что делает результаты опроса максимально объективными и качественными.

Программное обеспечение опросов внедрено в функционал внутренней корпоративной сети КазНУ им. аль-Фараби «Univer» и включает не только простой пользовательский интерфейс, но и возможность формировать отчетные материалы с учетом различных целевых групп, а также в разрезе всех структурных подразделений университета: факультетов, кафедр, административных департаментов.

Все опросы полностью анонимны, а их результаты направлены на выявление проблемных зон и трудностей, а также оценку морально-психологического климата в коллективе. Полученные выводы носят рекомендательный характер.

Сарсекеева Н.К.

Олимпиада «Аль-Фараби» как ключ к успеху

Все большую популярность у учащихся и выпускников школ в последние годы приобретают научные конкурсы и предметные олимпиады. И это далеко не случайно: участие в подобных мероприятиях предоставляет возможность проанализировать сильные и слабые места в своей подготовке, выяснить, над чем работать дальше, в конкурентной борьбе со сверстниками не только продемонстрировать свои знания, но и получить новые, творчески самореализоваться наконец. В целях выявления и поддержки одаренных учащихся, пропаганды знаний и развития творческих способностей у школьников Республиканский научно-практический центр «Дарын» совместно с Казахским Национальным Университетом им. аль-Фараби на протяжении последних лет регулярно проводят ежегодную Республиканскую олимпиаду «Аль-Фараби» среди учащихся 11-х классов образовательных учреждений Республики Казахстан.

Согласно Приказу Министра образования и науки Республики Казахстан от 12 ноября 2014 года за № 460 Республиканская олимпиада «Аль-Фараби» входит в «Перечень республиканских и международных олимпиад и конкурсов научных проектов (научных соревнований) по общеобразовательным предметам, конкурсов исполнителей, конкурсов профессионального мастерства и спортивных соревнований». Олимпиада проводится по 13 предметам, в том числе – по русскому языку и литературе, казахскому языку и литературе, истории Казахстана, всемирной истории, английскому, немецкому, французскому языкам. По сложившейся традиции она проходит в три тура, при этом первый и второй туры проходят в режиме on-line на сайте www.kaznu.kz. Предусмотрено также пробное тестирование.

Третий тур в очной форме проводится на территории КазНУ им.аль-Фараби г. Алматы, что, помимо непосредственного участия в олимпиаде, дает также возможность услышать выс-

тупления видных университетских ученых, попасть на экскурсии, приобрести новых друзей и просто погулять по городу. Правила проведения олимпиады обеспечивают объективность и беспристрастность, полностью исключая «человеческий фактор» ввиду режима on-line, а каждая работа участников 3-его, заключительного тура проверяется двумя преподавателями – предметниками. Исходя из собственного многолетнего опыта участия в олимпиаде «Аль-Фараби», хочется отметить очень благоприятную, дружественную атмосферу ее проведения в стенах университета, в научной библиотеке, где в присутствии участников вскрываются запечатанные конверты с заданиями. Во время защиты своих эссе, подготовленных в указанный интервал времени с использованием материалов фонда библиотеки, все участники 3-его тура внимательно, заметно волнуясь, слушают друг друга, проявляя тем самым товарищескую поддержку и солидарность, обретая опыт публичных выступлений. Всех их, независимо от выбора будущей профессии, объединяет любовь к языку и литературе – *«достояние, переданное нам предшественниками..., могущественное оружие, в руках умелых способное совершать чудеса»*, по выражению И.С. Тургенева.

Задачи олимпиады, особенно в гуманитарной области знания, имеют самый широкий характер, т.к. способствуют выявлению творчески одаренных ребят, развитию познавательных интересов школьников в области гуманитарных наук, будущих полиглотов. Повышается общий уровень подготовки учащихся в гуманитарной сфере, т.к. для успешного выполнения заданий необходимо обращение учащихся к словарям и энциклопедиям культурологической направленности, перечитывание уже известных им книг, открытие новых для них, применение смекалки и эрудиции. В связи с использованием этого материала, выходящего за рамки школьной программы, развивается познавательный интерес школьников. Победителями становятся участники, набравшие самую высокую сумму баллов. Подведение итогов и награждение победителей проводится в торжественной обстановке, с вручением памятных подарков, почетных грамот из рук ректора Казахского национального университета имени аль-Фараби. В дальнейшем для поступающих в университет, но не прошедших конкурс на получение государственного гранта по

выбранной специальности, предусмотрены значительные скидки за обучение.

Участие в олимпиаде «Аль-Фараби» содействует не только профессиональному самоопределению учеников старших классов, но усиливает и мотивацию развивающей деятельности в области самопознания, способствуя тем самым умножению интеллектуальной составляющей общества. Не случайно в своей актовой лекции на праздновании 75-летнего юбилея КазНУ им.аль-Фараби 13 октября 2009 г. Президент РК Н.А.Назарбаев особое внимание уделил необходимости интеллектуального прорыва, *«который позволит пробудить и реализовать потенциал нашей нации»* и далее выделил ряд основных аспектов проекта «Интеллектуальная нация – 2020». Так, одним из ключевых положений выступления Президента РК стала высказанная им мысль о необходимости взглянуть на образовательные процессы как можно шире: *«Каждому человеку нужно привить умение делать, умение учиться, умение жить, умение жить вместе в современном мире»* [1, с. 20]. А в своем недавнем выступлении Глава нашего государства Н.Назарбаев говорил: *«Большие надежды мы связываем с девятью национальными университетами во главе с КазНУ... Они должны стать стеновым хребтом отечественного высшего образования»*.

В нашем университете немало делается для того, чтобы оправдать эти надежды. На сегодняшний день КазНУ имени аль-Фараби по праву может гордиться международной аккредитацией учебных программ, успешно реализуемой моделью исследовательского университета с мировыми стандартами обучения, а также индивидуальными траекториями в обучении студентов, имеющих возможность для проживания в кампусе из 15 корпусов общежитий в экологически чистом районе. В их распоряжении – Дворец студентов, комбинат питания с умеренными ценами, молодежный интернет – центр на 300 мест, уникальная научная библиотека, собственный пансионат на озере Иссык-Куль и оснащенный высокотехнологичным оборудованием Центр обслуживания студентов «Керемет». Выдающийся российский историк, академик В.О. Ключевский говорил: *«Слово – это великое оружие жизни»*. Пусть не всем из участников олимпиады «Аль-Фараби» суждено в будущем стать студентами

факультета филологии и мировых языков КазНУ им.аль-Фараби, главное – они обретают высоко ценящийся во все времена опыт обращения с великим даром – Словом, необходимый каждому члену нашего общества. Будем помнить об этом завете ученого.

Литература

- 1 Актовая лекция Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева на тему «Казахстан в посткризисном мире: Интеллектуальный прорыв в будущее», прочитанная на праздновании 75-летнего юбилея Казахского национального университета имени аль-Фараби (13 октября 2009 г.).- Алматы: Қазақ университеті, 2009.



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

1. Адилова Людмила Федоровна, доктор политических наук, профессор РГГУ, Москва, Россия

2. Шыңғысова Назгуль турсынбаевна, филол.ғ.д., профессор әл-Фараби ат.ҚазҰУ

3. Әшірбаев Бекжан, аға оқытушы әл-Фараби ат.ҚазҰУ

4. Великая Наталия Михайловна, доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой политической социологии РГГУ, Москва, Россия

5. Дзялошинский Иосиф Михайлович, доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия

6. Лифанова Т.Ю., кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби

Глава II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

1. Ахметова Лайла Сейсембековна, доктор исторических наук, профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

2. Дзялошинская Марина Иоанновна, кандидат филологических наук, профессор кафедры общественных коммуникаций и рекламы, Академии труда и социальных отношений, Москва, Россия

3. Лукашова Александра Вячеславовна, ответственный секретарь Общественной Коллегии по жалобам на прессу, Москва, Россия

4. Негизбаева М.О., доцент КазНУ им. аль-Фараби

5. Рузин Валерий Давыдович, кандидат философских наук, доцент, президент Евразийской Академии телевидения и радио, Москва, Россия

Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

1. Ахметжанова Ажар Токсановна, Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Тарих, археология және этнология факультеті, Қазақстан тарихы кафедрасының доценті т.ғ.к.

2. Вережкин А.В., кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби

3. Еденбаева Зауре Доненбековна, мұғалімнің кәсіби дамуын педагогикалық-психологиялық жетекшілік ету кафедрасы». Алматы қаласы.

4. Иргебаева Назия Мукатаевна, Л.Н.Гумилев атындағы әлеуметтік ғылымдар факультеті әлеуметтік педагогикажәне өзін -өзі тану кафедрасының доценті

5. Қабдолданова Батима Аскербековна, республикалық ғылыми-танымдық, көпшілік «Гүлстан» журналының PR-менеджері

6. Лебедева Надежда Анатольевна, доктор философии в области культурологии, действительный член Евразийской Академии Телевидения и Радио, профессор философии Международной Кадровой Академии, Киев, Украина

7. Рысбаев Сулайман Казыбаевич, доктор педагогических наук, профессор, академик МАПСН, заведующий лабораторией государственного языка Кыргызской академии образования, Республика Кыргызстан

8. Sarsekeeva Natalya Kantalievna, Candidate of Philological Science, Associate Professor of Kazakh National University named after al-Farabi

9. Takhan Serik Sheshenbayuly, L.N. Gumilyov Eurasian National University

Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

1. Алина Анар Дулатбековна, Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, Шығыстану факультетінің 4 курс студенті

2. Булатова Мадина Булатовна, докторант Евразийского Национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

3. Бандурян П.М., аспирант кафедра политической социологии Российский Государственный Гуманитарный Университет, Москва, Россия

4. Голованова Ирина Сергеевна, аспирант РГГУ, Москва, Россия

5. Ибраева Молдир Сериккызы, магистрант ЕНУ им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан

6. Итолина Гүлсім Нұрланқызы, Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Әлеуметтік ғылымдар факультеті, Педагогика және психология. Мамандығының магистранты

7. Кудабай Арман Актаевич, магистрант факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

8. Лифанов Сергей Алексеевич, студент КазНУ им. аль-Фараби, специальность «Религиоведение»

9. Хао Хэлин, студент 1 курса факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

10. Щорс Татьяна Сергеевна, аспирант кафедры политической социологии Российский Государственный Гуманитарный Университет, Москва, Россия

Глава V. ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА СТРАНЫ

1. Ахметова Лайла Сейсембековна, доктор исторических наук, профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

2. Вережкин А.В., кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби

3. Лифанова Т.Ю., кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби

4. Сарсекеева Наталья Канталиевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской филологии и мировой литературы КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Проблема восприятия образа Республики Казахстан в России.....	3
<i>Шыңғысова Н.Т.</i> Кәсіби маман даярлаудағы жұмыс берушінің рөлі	11
<i>Великая Н.М.</i> Взаимодействия власти и местных сообществ в малых и средних городах России: парадоксы и пробелы местного PR.....	16
<i>Дзялошинский И.М.</i> Еще раз о защите человека от медиаугроз: традиционные и новые походы .	38
<i>Лифанова Т.Ю.</i> К проблеме поиска индикаторов формирования медиаграмотности в образовательном процессе	55

ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

<i>Ахметова Л.С.</i> Труд журналиста: SWOT-анализ.....	62
<i>Дзялошинская М.И., Лукашова А.В.</i> Соблюдают ли российские журналисты принципы профессиональной этики: результаты эмпирического исследования.....	71
<i>Негизбаева М.О.</i> «Казахстанский Путь» и СМИ: тандем в вопросах укрепления стабильности	83
<i>Рузин В.Д.</i> Массовое кино и массовые страхи. Острые грани суверенитета культуры... 87	

ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Ахметжанова А.Т.</i> Студенттерді қазақстандық патриотизмге тәрбелеудің жолдары.....	93
--	----

<i>Веревкин А.В.</i> Качество образования и конкурентноспособность выпускников: комплексный подход	101
<i>Еденбаева З.Д.</i> Тәрбие беру жолдары: Мазмұн. Көзқарас. Тәжірибе	107
<i>Иргебаева Н.М.</i> Қазақстан Республикасы.Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ де оқытудың тиімділігін жетілдіру бағытындағы шаралар	115
<i>Қабдолданова Б.</i> Табиғат. Ақын. Жастар.....	124
<i>Лебедева Н.А.</i> Проявление сакрального в архитектуре Гуцульщины	130
<i>Рысбаев С.К.</i> Сочинение как творческая деятельность ученика	139
<i>Sarsekeeva N.K.</i> Problems of studying a literary text in a communicative paradigm	147
<i>Takhan S.S.</i> L.N. Gumilyov Eurasian National University. Literary elements in a sociopolitical discourse expounded by A. Bukeihanov in his Russian essays. ..	154

ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

<i>Алина А.Д.</i> Қызықты әрі танымды – «Asian Community»	164
<i>Булатова М.Б.</i> Социальные медиа и журналистика.....	169
<i>Бандурян П.М.</i> Образ лидеров Евразийского союза: потенциал развития	174
<i>Голованова И.С.</i> Технологии формирования и управления имиджем лидера.....	184
<i>Ибраева М.С.</i> Значимость утренних программ на казахстанском телевидении.....	190
<i>Итолина Г.Н.</i> Балалар үйі жағдайында тәрбиеленген студенттердің өзін – өзі жетілдіру ерекшеліктерін зерттеу моделі	194

<i>Kaliakper A.Ye.</i> , The role of innovative technologies in tourism industry	206
<i>Кудабай А.А.</i> Информационная политика компании.....	211
<i>Лифанов С.А.</i> Терроризм как социальный феномен в контексте религиозного сознания: трудности идентификации	220
<i>Хао Хэлин</i> Проблемы иностранных студентов.....	226
<i>Щорс Т.С.</i> Проблемы национального имиджа в современном мире.....	229

ГЛАВА V. ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА СТРАНЫ

<i>Ахметова Л.С.</i> К 90-летию профессора Т.К. Кожакеева.....	236
<i>Лифанова Т.Ю.</i> Философское образование в КазНУ им. аль-Фараби в контексте приоритетов Болонского процесса	247
<i>Вережкин А.В.</i> Корпоративные проекты и перспективные направления развития Центра социологических исследований и социального инжиниринга КазНУ им. аль-Фараби	250
<i>Сарсекеева Н.К.</i> Олимпиада «аль-Фараби» как ключ к успеху	252
Сведения об авторах	256

Научное издание

PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

Сборник научных трудов

Выпуск 12

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

Ғылыми еңбектер жинағы

12-шығарылым

Составитель и главный редактор

Лайла Сейсембековна Ахметова

Выпускающий редактор *Г. Бекбердиева*

Компьютерная верстка *А.Алдашевой*

Дизайн обложки *А. Калиевой*

ИБ № 10508

Подписано в печать 15.03.2017. Формат 60x84^{1/16}. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Объем 16,3 п.л. Тираж 80 экз. Заказ №574.

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»