

## PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

*Сборник научных трудов*

Выпуск 17

Составитель и главный редактор  
Л.С. Ахметова

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

*Ғылыми еңбектер жинағы*

17-шығарылым

Құрастырушы және бас редакторы  
Л.С. Ахметова

УДК 070.378

Р 90

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

*Сборник научных трудов издан в рамках грантового проекта AP05135021  
«Разработка национальной модели казахстанского медиаобразования  
в контексте модернизации общественного сознания и реализации приоритетов  
"Мәңгілік ел"» Министерства образования и науки Республики Казахстан.*

**Составитель и главный редактор**

д.и.н., профессор **Л.С. Ахметова**

**Редакционная коллегия:**

**Акинер Ш.** – профессор, доктор PhD, с.н.с., Кембридж, Великобритания

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

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

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

**Джунушалиева Г.Д.** – д.и.н., профессор, Бишкек, Кыргызстан

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

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

**Моулд Д.** – профессор, Огайо, США

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

**Романенко Е.А.** – д.и.н., профессор, Киев, Украина

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

**Жукова И.В.** – к.н., доцент, Киев, Украина

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. 17. – Алматы: Қазақ университеті, 2019. – 372 с.

**ISBN 978-601-04-4057-9**

Сборник научных трудов содержит материалы, посвященные PR и СМИ, проблемам и перспективам гуманитарных наук. Сборник предназначен для журналистов, работников пресс-служб, студентов и магистрантов специальностей «Журналистика», «Связь с общественностью», «Издательское дело», других гуманитарных дисциплин, ученых-исследователей. В 17 сборнике – статьи из Казахстана, России, Украины, Кыргызстана.

**УДК 070.378**

ISBN 978-601-04-4057-9

© Ахметова Л.С., 2019  
© КазНУ им. аль-Фараби, 2019

# Глава I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Адилова Л.Ф.

## Модель транзита власти в Казахстане: влияние на имидж государства

Политический дизайн в Казахстане определяется моделью транзита власти. Для того чтобы адекватно оценить нормативы развития сторон, важно оценить динамику массовых настроений, политических институтов и влияния на них имиджа «Лидера Нации» Н. Назарбаева.

19 марта 2019 г. Н. Назарбаев сложил полномочия главы государства. Патриарх казахстанской политики, имеющий официальный статус Елбасы-лидер нации, передал пост президента председателю верхней палаты парламента, который знает специфику ведения как внутренней, так и внешней политики. Возникает вопрос: как и по какой модели оценить процесс трансформации власти в Казахстане и его влияние на международный имидж страны. Ответ на него позволяет оценить масштаб личности Н. Назарбаева, его позитивный имидж, внушительный инструмент влияния на внутреннюю и внешнюю аудитории. Его имидж материально выражен, потому что отождествляет его с Казахстаном, конвертирован в его репутацию и бренд.

Имидж Н. Назарбаева не только внушительный инструмент влияния на целевые аудитории, на её впечатления, мнения, ценности, но и на перспективы развития политических институтов, характер институциональной среды, идей, ценностей и геополитических границ. По сути дела внешняя политика Казахстана идентифицируется с персоной Елбасы, который является эффективным политиком, авторитетным дипломатом, автором и основателем Евразийского Союза. Его личность персонифицирует стабильность, определённый тип системы ценностей, ориентированных как на перемены, так и традиционные ценности. Исследуя вопрос о том, как меняющийся баланс между традициями и модернизацией формирует ценностные ориентации граждан и

как эти ценности воздействуют на политику и институты, процессы поведения людей, можно прогнозировать развитие модели транзита власти в Казахстане.

Институт политического лидерства в Казахстане приобретает уникальную специфику и носит характер стабилизатора системы, однако запрос общества на перемены может привести к акцентированию гражданских и политических свобод.

По сути, это обстоятельство отражает неопределённость социально-политической ситуации: с одной стороны общества наблюдается потребность в сохранении стабильности и порядка, с другой – существует запрос на обновление политической системы, перемены во власти и политике [1].

Политические лидеры первой величины всегда являются объектом повышенного интереса со стороны массового сознания.

Масштаб личности Н.Назарбаева, его способность влиять на политические процессы, задавать вектор дальнейшего развития страны порождает вокруг него мощное информационное поле. Значение имиджа Н. Назарбаева и его влияние на информационную повестку дня трудно переоценить. Его личностные качества: проективность и креативность мышления, интеллектуальные способности, инициативность, гибкость, властность, пронизательность, речевая культура – позволили завоевать популярность и сформировать социально-рентабельный имидж.

По сути, он стал живым брендом, в имидже которого уплотнились все успехи современного Казахстана: в сознании реципиентов, транслируемый образ, имидж-бренда как знак успеха, формируемого на вербально-невербальном уровне, где создаётся образ человека, от которого зависит мнение большинства населения Казахстана – судьба страны и народа.

Имидж-бренда Н. Назарбаев, может рассматриваться как социальный капитал Казахстана, так как он в концептуализированном виде отражает уровень доверия к нему целевых аудиторий.

Казахстан самостоятельно формирует информационную повестку дня, стал источником новостей, успешно генерирует их, лично продвигает свой имидж через гуманитарное сотрудничество, культурные, образовательные проекты, программы обмена и подготовки молодых лидеров.

Таким образом, имидж бренда “Н. Назарбаев” становится как источником, так и отражением информации о состоянии страны: «повестка дня публичной политики переносится в повседневность, сами образы, вернее, их репрезентация, картинка, отражающая набор стереотипных представлений о носителе образа, оказываются объектом массовой культуры, привычной частью повседневного “обихода”». Данная ситуация связана с информационным пространством и его открытостью, политический контакт власти и “зрителя” происходит с помощью привычных, популярных, доступных для сознания знаков и символов. Отобранные образы, благодаря которым формируется политический вектор, создают определённое мнение о политике, которое должно принять общество, устанавливают представления о политических институтах и участниках, акторах политического взаимодействия, внедряют в информационное и общественное пространство, признают публично их значимость. Для публичной презентации вырабатывается имидж из естественных лидеру характеристик, а также иных, чуждых для него, тем самым создавая идеальный образ политика. Имидж, в сравнении с образом, является главной задачей и инструментом в политическом пространстве, именно он может дирижировать настроением и мнением общества. Активное участие в массовой коммуникации происходит посредством возможностей СМИ – представление определённой информации о политических процессах через маркетинговые технологии политических консультантов. Политический институт трансформируется и приобретает экономическую позицию (рыночная парадигма для анализа мотивации участников политической коммуникации) [2]. Имидж и лидер становятся неким брендом, о чём было сказано выше: «речь идёт о превращении политики как сферы жизнедеятельности общества в рыночно-ориентированную, о формировании политического рынка в самом широком смысле. При этом усиливается положительное представление о стране. Брендинг государства является инструментом создания и поддержания конкурентных процессов.

В этой связи встаёт вопрос об общих закономерностях формирования бренда. “Н. Назарбаев” и Евразийского экономического союза и их восприятию целевой аудиторией.

Определяя эффективные информационные технологии конструирования успешного бренда “Н.Назарбаев”, можно выделить: активное ведение социальных сетей от лица политического лидера, что улучшает контакт и непосредственное отношение, создание мифов и легенд, фильмов, основанных на биографии, внедряя через информационное пространство конструируемую реальность.

Для ЕАЭС появились серьёзные перспективы опереться на ресурсные возможности Н. Назарбаева, расширить возможности для формирования брендинговых стратегий, объединяющих идей, сбалансированных оценок прошлого и настоящего страны – это неотъемлемая часть любого странового проекта. Брендинг страны – это не только имя, термин, знак, символ и дизайн, но и комбинация, репрезентируемая в СМИ смыслов.

Средства массовой информации имеют особое влияние на общественное сознание и при продвижении смыслов, образов символов, с которыми себя ассоциируют реципиенты, которым доверяют, используют методы внушения и убеждения.

**Литература:**

1. Петухов В.В. Политические ценности и поведение среднего класса // Соц. Исследования. 2000. – №3. – С. 23-32.
2. Семенко И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Серия «Политические исследования». 2008. – №5. – С. 7.

Барлыбаева С.Х.

## Развитие социальных сетей в мире и в Казахстане

### Введение

Изменения в жизни казахстанского общества, вызываемые распространением новых медиа, ИКТ, носят как экономический, так и социокультурный характер. Социокультурный характер воздействия электронных медиа, информационных технологий на общество проявляется в увеличении возможностей общения и сотрудничества, использовании различной информации и знания для решения вопросов, проблем. Разные виды телевидения, видеoinформация, компьютерные игры, компакт-диски, ноутбуки, банкоматы, мобильные телефоны, цифровые фотоаппараты, кинокамеры, пластиковые карточки, факсы, телексы, электронные устройства защиты и безопасности, дистанционные пульты, видеонаблюдение, различная мультимедийная продукция – это все наша сегодняшняя жизнь. «Включенность» в мир электронных СМК стала реальным фактором социальной мобильности, социальной обеспеченности и защищенности.

Термин «социальная сеть» возник в 1954 году, его ввел в научный оборот социолог Джеймс Барнс, который под этим понятием подразумевал «круг знакомых любого человека». Исследователь В. Гольдерберг дал определение социальным сетям – «это интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого пополняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом».

Социальные сети – это система, в которой люди связаны между собой, влияние всех – на одного, и одного – на всех. Меняется характер взаимодействия между людьми. Происходит становление сетевого общества и сетевых форматов координации и управления им. Коммуникация переходит от вертикального к горизонтальному измерению в обществе: от источника и получателя, к

читателю и потребителю. Пик активности аудитории социальных сетей приходился на 2009, 2012 и 2016 годы.

Социальные сети не только канал, ресурс общения. Так, например, рекламодатели используют их для поиска клиентов и развития бизнеса, **HR-специалисты применяют их как инструмент** при рекрутинге, а кредитные организации их применяют для социального скоринга, чтобы узнать о кредитной способности граждан, к этому процессу подключаются и банки. Бренд Money Man – первый на постсоветском пространстве, который успешно стал использовать анализ социальных сетей на финансовом рынке в Казахстане и в России. Например, Сбербанк начал использовать эту технологию в 2018 году. Активное применение социального скоринга в Казахстане – дело времени. Как известно, использование информации из социальных сетей не расценивается как вмешательство в личную жизнь, которое запрещает законодательство РК. Это еще одно преимущество данной технологии – социального скоринга.

Автор в статье отвечает на вопрос исследования: «Как развиваются социальные сети в Казахстане, в мире? Что влияет на этот процесс?» Источниками исследования являются работы, статьи казахстанских и зарубежных исследователей в области информационно-коммуникационных технологий, развития социальных сетей, информации, индустрии вещания, новых медиа, цифровой журналистики. Автор исследования опирался на труды казахстанских (Мысаева К., Барлыбаева С., 2017) [1], российских (Вартанова Е.Л., 2002) [2] и зарубежных ученых (Фельдман Т., 1997) [3] в области новых медиа, социальных СМИ в мире и в Казахстане (Барлыбаева С., Рахимжанова Г., 2013) [4]. Ученые А.В. Брушинский и О.К. Тихомиров подчеркивают, что «особенностью современного трансмедиа-мышления является его специфическая преемственность. Мышление – это социально обусловленное, неразрывно связанное с речевым умственным процессом поиска себя и открытия человеком чего-то принципиально нового, то есть опосредованного и обобщенного отражения действительности в процессе ее анализа и синтеза, возникающего на основе практической деятельности от сенсорного познания и далеко за его пределами» (Брушлинский А.В., Тихомиров О.К., 2013: 10) [5]. Благодаря интерактивности, ги-

пертекстуальности и мультимедиа, мы можем вести трансмедиа в Интернете, в социальных сетях, что способствует развитию многопоточности.

В XXI-м веке появляются новые формы современных медиа, такие как «длинная книга». Longread – это формат гипертекстовой информации в мультимедийной журналистике, основанный на таком типе речи, как повествование, рассказ о событиях, явлениях, развернутых во времени и пространстве. Вопрос о формате longread впервые был поставлен в 2010 году в работе Кевина Молони «Перенос трансмедиа рассказывания историй в журналистику» (Кевин М., 2010) [6]. Исследователи Longread отмечают, что текстовый компонент Longread наряду с мультимедийными платформами в Интернете приобретает новые формы и позволяет охарактеризовать Longread как новый формат медиа производства, как новый жанр медиа развития и как новый метод доставки информации в средства массовой информации.

За последнее десятилетие потребление СМИ казахстанцами изменилось. С одной стороны, глобализация информационного пространства и интенсивное развитие новых медиа-платформ значительно расширили медиарынок страны. С другой стороны, мы наблюдаем многовекторные изменения в социокультурном образе медиа аудитории. Поэтому старшее поколение предпочитает традиционные средства массовой информации, и в частности, телевидение. Как пишет Д. Нейсбит, «самым значительным внедрением технологий в жизнь оказалось телевидение, которое гораздо более живое и намного более длительное, чем радио и телефон (Neysbit D., 2003: 63) [7]. Просмотр телепередач (просмотр телепередач) является одной из важных характеристик культуры повседневной жизни современного человека, его предпочитают особенно в вечерние часы. Радио слушают, в основном, автоводители. Молодое поколение (студенты, школьники) предпочитают компьютеры, Интернет, социальные сети.

### **Обзор и обсуждение**

Новое значение социальных СМИ выразилось в том, что они предоставили пользователям Интернета возможность публиковать свои медиа-сюжеты легко, быстро и под своими именами. Технологии и форматы социальных сетей постоянно развивают-

ся, растут инвестиции в социальные сети со стороны коммерческих организаций, компаний и фирм.

Социальные сети можно классифицировать по следующим категориям:

1. Профессиональные социальные сети, которые созданы для общения среди аудитории определенных профессий, например, «LinkedIn», «Профессионалы», «Мой круг», «RB.ru».

2. Социальные сети по различным интересам, например, «MySpace», «Last.fm».

3. Социальные сети для общения с родными, близкими и друзьями, например, «Instagram», «Facebook», «ВКонтакте», «Одноклассники».

4. Детские социальные сети.

Преимущества социальных сетей перед блогами и он-лайн новостными порталами:

– не надо тратить время на поддержание активности постоянными постами,

– информацию можно загружать в любом формате и объеме: текст, звук, видео, фото и др.),

– не нужен талант написания текстов,

– каждый находит свою аудиторию и развивает коммуникацию,

– социальные сети позволяют собирать информацию о друзьях, о покупках, развлекательных комплексах, спортклубах, о популярности компаний, продуктов, услуг и др.,

– социальные сети позволяют искать контакты с другими пользователям сети.

Facebook, как социальная сеть, достаточно популярна и представляет собой неоднородный состав пользователей. В настоящее время она оценивается, по разным источникам, в сумму от 6,5 до 10 миллиардов долларов. Целевая аудитория – это люди разных возрастов. Facebook входит в пятерку наиболее посещаемых вебсайтов мира. На апрель 2017 года месячная аудитория сети составляет 1,968 миллиарда человек – это те, кто заходил на сайт хотя бы раз в месяц или за указанный промежуток времени был зафиксирован с помощью кнопки Like и следящих cookie. Суточная активная аудитория в марте составила 720 миллионов человек – столько фиксируется следящей сетью Facebook еже-

дневно. 24 августа 2015 года число посетителей социальной сети Facebook впервые составило один миллиард человек. 1,03 млрд человек в месяц используют мобильное приложение Facebook. На сайте зафиксировано 200 миллиардов «дружеских связей». Количество просмотров страниц сайта в октябре 2011 года составило 1 триллион, количество просмотров видео на сайте достигло в 2015 году отметки в 8 миллиардов в день» (<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (20.04.2018) [8].

Об этой социальной сети даже засняли документальный фильм под названием «Чистильщики» режиссеров Ганса Блока и Морица Ризевика, который был продемонстрирован на Московском международном кино-фестивале (ММКФ-2018) в мае 2018 года. Немецкая картина рассказывает как устроена самая большая в мире социальная сеть – Facebook, в чем заключается работа модератора, какие психологические проблемы он испытывает, что будет со свободой в Интернете в будущем, также поднимается вопрос цензуры, безопасности и размещения информации в Интернете. По словам экспертов, значение платформы в современном мире стало настолько велико, что ее создателя – Марка Цукерберга, считают главным редактором всех газет мира одновременно.

Количество проживающих людей на планете Земля превысило 7,6 млрд. жителей, через 20-30 лет будет около 10 миллиардов. Весь этот огромный мир многолик, многообразен культурными особенностями, явлениями социально-политической жизни, разнообразием экономик, религий, образом жизни. Информационная эпоха означает расширение человеческих контактов, обмен культурными ценностями, обогащение практики общественной жизни.

В 2016 году аудитория социальных сетей в мире составляла 2,34 миллиардов пользователей. Более 90% молодых людей, рожденных в 1970-1990-х годах, состоят в социальных сетях. Традиционные масс медиа по аудиторному охвату уже уступают социальным сетям. Сетевая реальность, «жизнь» в соцсети превращается в самостоятельную реальность. Развитые страны входят в эпоху информационного, постиндустриального общества, для которого характерно увеличение численности необходимых IT специалистов и новых информационных продуктов и услуг.

Растут потребности людей и компаний, организаций, связанных с информацией, мобильной коммуникацией. Северная Америка лидирует по этим показателям – 59% населения пользуется социальными сетями, второе место занимает Южная Америка – 50% и на третьем месте – страны Западной Европы – 48%.

По количеству пользователей Интернета в 2017 году Казахстан занял 36 место из 137 стран. Количество Интернет-пользователей в 2018 году составило 77% населения. Этот показатель на 4% больше, чем в 2017 году. Среди показателей эффективности на 2018 год, основными являются: увеличение доли местного содержания IT-услуг до 26%, создание не менее 200 стартап-компаний, поддерживаемых технопарками, инкубаторами и акселераторами, в том числе не менее 33 стартапов должны пройти акселерацию в технопарке Astana Hub. Вице-министр информации и коммуникаций РК Даурен Абаев отмечал, что в начале 2018 года на базе Astana Hub запущена первая инкубационная программа, в которую отобрано 14 проектов (Давыдова О., 2018) [9].

Число пользователей социальных сетей в Казахстане достигло – 8 миллионов (население страны – 18,4 млн. жителей). Более 90% молодых людей, рожденных в 1970-1990-х годах, состоят в социальных сетях. Как отмечают исследователи, в 2010-х годах было заметно падение потребления телевидения на фоне роста Интернета и популярности социальных сетей. Отображение в социальных сетях стало важным критерием актуальности сообщений, новостных поводов, результативности информации. В настоящее время ситуация стабилизировалась, за исключением одного коммуникативного ресурса – мессенджеров, которые дают ощутимый рост.

По данным исследования Social Media Around The World, опубликованному в 2017 году, шесть из десяти человек хотя бы один раз в день посещают ту или иную социальную сеть. Согласно другому исследованию агентства «We are Social», число пользователей социальных сетей в мире превысило 3 миллиарда человек. По приведенной статистике среди социальных сетей и мессенджеров в мире лидирует Facebook – его аудитория составляла – 2,047 млрд. человек. В тройку лидеров вошли – YouTube – 1,5 млрд. и Instagram – 700 млн. Среди мессенджеров самыми популярными являются Facebook Messenger и WhatsApp, каждый

из которых пользуются 1,2 млрд. человек. На третьем месте находится китайский WeChat – 938 миллионов (Kogolev A., 2018) [10].

Как показали измерения по медиа потреблению, в Казахстане 158 медийных сайтов, наблюдается рост социальных медиа. В стране, по данным Казахстанской Интернет Ассоциации, в 2018 году было около 13 миллионов Интернет-пользователей. В тройку самых популярных социальных сетей входят: «ВКонтакте» – 6 млн.пользователей, «Instagram» – 5 млн.пользователей, «Facebook» – 1 миллион, Twitter – 0,3 млн.пользователей (Сабилов Ш., 2018) [11]. Среди мессенджеров – в лидерах WhatsApp – 2,5 млн., Telegram – 2 миллиона и Viber – 1 млн. человек.

В стране абонентов сотовой связи превысило 32 млн. человек. В 2009 году было зарегистрировано 45 членов Интернет ассоциации в Казахстане, которая активно занимается социальными проектами и работает на трех языках: казахском, русском и английском, а с 2013 года является членом «ИНОPE-Foundation».

Информационные ресурсы общества становятся в настоящее время определяющим фактором его развития, как в научно – техническом, социальном, так и в духовном развитии общества. СМИ является социальным институтом в процессе развития личности. Электронные средства массовой коммуникации имеют широкий диапазон воздействия на наиболее универсальные средства общественной коммуникации: образование, вероисповедание, досуг, развлечения и др. Данные структуры, в свою очередь, оказывают прямое или косвенное влияние на формирование культурных ценностей. По силе воздействия, по степени влияния на взгляды, убеждения, поведение людей средства массовой информации не имеют себе равных в общественной жизни. Социальная сила СМИ в современный период изучается в связи с новыми и новейшими коммуникационными технологиями, исследуется влияние коммуникации на развитие современного общества.

Современные достижения в развитии Интернета, мобильной телефонии, социальных сетей, блогосферы, цифрового вещания меняют ход развития глобальных коммуникаций. Изменились мировые и информационные приоритеты, потребности, сервисы и восприятие аудитории под влиянием новой коммуникационной среды.

Новые технологические достижения информационной революции дополняются новыми медиа-возможностями: интерактивность, мультимедиа, персонализация информации, глобализация, конвергенция. В связи с этими тенденциями возросли требования к современным медиа специалистам. Они должны создавать контент для разных медиа, уметь грамотно писать тексты, интересно выражать свои мысли, уметь спорить, убеждать, общаться с любой аудиторией, устанавливать контакты с будущими «героями» статей и программ, уметь готовить материалы для различные медиаплатформы, знают современные цифровые технологии для монтажа аудио и видео материалов, не только охватывают различные темы, но также хорошо знают определенную сферу деятельности, определенные проблемы, например, экономику, политику, финансы, культуру, здравоохранение, спорт т, наука и др. Современные журналисты в настоящее время часто используют материалы социальных сетей, блогосферы, которые бурно развиваясь, становятся гражданской, «народной» журналистикой.

### **Заключение**

Новые медиа, социальные сети в Казахстане демонстрируют тенденции, которые проявляются в резком увеличении информационных потоков, новом контенте, которые становится разнообразней по тематике, по формам проявления; появлении новых независимых медиа, медиаорганизаций, новых участников информационного процесса и веб-публикаций в формировании новых информационных рынков и услуг. Информационный рынок в Казахстане переживает стремительный рост в развитии цифровых технологий, социальных сетей..

Среда цифровых медиа создает некоторые условия для значимых трансформаций форм и способов реализации авторства. Структура потребления медиа изменилась, а журналистский контент трансформировался в Интернете, в мобильной среде. Мультимедиа, конвергенция и цифровизация (переход к цифровому стандарту) – основные направления массовой коммуникации прочно закрепились в практической деятельности СМИ и социальных сетей.

Мир находится в процессе трансформации коммуникативного пространства в цифровую эпоху, и происходит влияние на

ценностные ориентиры, базовые навыки и личностные качества людей. Развитие электронных СМИ, социальных сетей осуществляется в эпоху мировой цифровой революции. Современные достижения в области цифровых медиа меняют современное информационное пространство, которое становится цифровым и мультимедийным.

### Литература

1. Myssayeva K., Barlybayeva S. (2017) The new media development in Kazakhtan. – Almaty: Kazakh University, 90 p.
2. Варганова Е.Л. (2002). Новые проблемы и приоритеты в цифровую эру// Информационное общество, Май 21.
3. Feldman T. (1997) An Introduction to Digital Media.-London: Routledge, 1997, pp. 21-37;
4. Perez Tornero J.M., Varis T. (2010) Media Literacy and New Humanizm.- Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 136 p.
5. Барлыбаева С., Рахимжанова Г.(2013) Новые медиа в мире и в Казахстане. – Алматы: КазНУ, 140 с.
6. Брушлинский А.В., Тихомиров О.К.(2013) О тенденциях развития современной психологии мышления// Национальный психологический журнал. – №2 (10),10-21.
7. Кевин М. Перенос трансмедиа рассказывания историй в журналистику, 2010. – С. 12-19.
8. Нейсбит Д. (2003) Мегатренды / Пер.с англ. М.Б.Левина. – М.: Ермак, 257 с.
9. Most popular social networks worldwide as of April 2018, ranked by number of active users: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (20.04.2018).
10. Давыдова О.Показатели роста//Литер, 17 февраля 2018. – С. 2.
11. Королев А. Соцсети – зеркало общественных настроений // Литер, 17 февраля 2018. – С. 9.
12. Сабиров Ш. (2018) Интернет ассоциация в Казахстане // 2-я Республиканская научно-практическая конференция «Информационное поле современного Казахстана: практики и эффекты», 2 марта 2018.

**Аннотация.** Развитие массовой коммуникации осуществляется в эпоху глобальной цифровой революции. Инновационные технологии и глобализация взаимно усиливают друг друга, придавая ускорение и размах. Новое значение социальных СМИ выразилось в том, что они предоставили пользователям Интернета возможность публиковать свои медиа-сюжеты легко, быстро и под своими именами. Технологии и форматы социальных сетей постоянно развиваются, растут инвестиции в социальные сети со стороны коммерческих организаций, компаний и фирм. Социальные сети – это система, в которой люди

связаны между собой, влияние всех – на одного, и одного – на всех. Меняется характер взаимодействия между людьми. Происходит становление сетевого общества и сетевых форматов координации и управления им.

Цель статьи – показать развитие социальных сетей в мире и в Казахстане в условиях бурного развития коммуникационных технологий, в период информационной глобализации и дигитализации масс медиа.

**Ключевые слова:** социальные сети, новые медиа, классификация, информационные технологии, Казахстан, Интернет, Facebook.

**Андатпа.** Бұқаралық коммуникацияның дамуы жаһандық цифрлық революция дәуірінде жүзеге асырылады. Инновациялық технологиялар мен жаһандану бір-бірін нығайтады, жеделдету мен көлемді береді. Әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдарының жаңа мағынасы Интернет пайдаланушыларына өздерінің мультимедиялық оқиғаларын оңай, жылдам және өз атымен жариялау мүмкіндігін ұсынды. Әлеуметтік желілердің технологиялары мен форматтары үнемі дамып келеді, әлеуметтік желілердегі инвестициялар коммерциялық ұйымдардан, компаниялардан және фирмалардан көбеюде. Әлеуметтік желілер – адамдар өзара байланысқан жүйе, бәрінің біріне, біреуіне әсері. Адамдар арасындағы өзара қарым-қатынастың сипаты өзгеруде. Үйлестіру мен басқарудың желілік қоғамы мен желі форматтары пайда болады.

Мақаланың мақсаты – бұқаралық ақпарат құралдарының жаһандану және цифрландыру кезеңінде коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамуы жағдайында әлемде және Қазақстанда әлеуметтік желілердің дамуын көрсету.

**Түйін сөздер:** әлеуметтік желілер, жаңа медиа, жіктеу, ақпараттық технологиялар, Қазақстан, Интернет, Facebook.

**Abstract.** The development of mass communication is carried out in the era of the global digital revolution. Innovative technologies and globalization mutually reinforce each other, giving acceleration and scope. The new meaning of social media was reflected in the fact that they provided Internet users with the opportunity to publish their media stories easily, quickly and under their own names. Technologies and formats of social networks are constantly evolving, investments in social networks are increasing from commercial organizations, companies and firms. Social networks are a system in which people are interconnected, the influence of all on one, and one on all. The nature of interaction between people is changing. A network society and network formats of coordination and management are emerging. The purpose of the article is to show the development of social networks in the world and in Kazakhstan in the conditions of rapid development of communication technologies, in the period of information globalization and digitalization of the mass media.

**Key words:** social networks, new media, classification, information technologies, Kazakhstan, Internet, Facebook.

**Бекболатулы Ж., Караулова А.**

**Связи с общественностью в Казахстане:  
история и современность**

Институт связей с общественностью возник в Казахстане в силу таких объективных причин, как развитие гражданского общества и стремление власти установить диалог с населением. Социально-политическая трансформация казахстанского общества 90-х годов XX века представляет собой сложный комплекс причин и следствий, развитие в котором новых систем коммуникации является взаимообусловленным процессом. С этой точки зрения представляется весьма интересным и актуальным во всех отношениях проанализировать процесс такого нового для Казахстана явления, как становление системы связей с общественностью (PR). Появление в Казахстане PR как области профессиональной прикладной и научной деятельности было вызвано объективными условиями развития общественных отношений, институтов гражданского общества, а также социально-экономических, рыночных механизмов.

Прежде всего, нужно отметить, что общий процесс демократизации страны и переход к рыночным отношениям в экономике коренным образом изменили характер коммуникаций в Казахстане. До 1990-х годов распространение информации носило вертикальный характер и строго дозировалось. СМИ в этих условиях являлись официальным средством снижения социальной напряженности. Подавляющее большинство граждан вполне приспособилось к жизни в обществе данного социального и информационного типа. Поэтому изменения, произошедшие после приобретения страной независимости, вызвали сильный резонанс в обществе. Постепенно новая горизонтальная модель сменила вертикальную. Появилась возможность выбора источников информации. Однако теперь СМИ вместо снижения социальной напряженности стали нередко провоцировать ее нарастание. Поэтому наилучшим выходом из трудностей могло бы стать организованное и планомерное введение служб связей

с общественностью на всех уровнях при организации подготовки таких специалистов. Все это подтверждает тезис о том, что возникновение служб по связям с общественностью совпадает по времени с демократическими преобразованиями и становлением в нашей стране рыночных отношений.

А становление и развитие института связей с общественностью в Казахстане во многом определяется экономическими факторами, связанными с переходом страны к новой экономической модели. Как известно, плановая экономика прекрасно обходилась без PR и рекламы. Переход к рыночной модели экономического развития в условиях формирования информационного общества привел к росту значимости общественного мнения и необходимости построения коммуникации между организацией и ее социальным окружением.

Становление института связей с общественностью в Казахстане фактически является реконструкцией мирового (и, прежде всего, американского) эволюционного процесса. Но, если в США процесс становления этого социального института занял почти два столетия, то казахстанский PR вынужден проделать этот путь за гораздо более короткий период. При этом важным компонентом стало как использование зарубежного опыта, так и его адаптация к реалиям казахстанской действительности. Не имея такой основательной традиции, как на Западе, казахстанский PR, несмотря на огромные трудности, динамично развивается и уже играет достаточно важную роль в управлении социальными процессами, а также существенно влияет на политическую культуру, экономику, духовную жизнь общества. А это, в свою очередь, является свидетельством демократизации социально-политических процессов и развития институтов гражданского общества. Необходимо отметить, что казахстанские связи с общественностью имеют свои специфические особенности, но это не значит, что они не работают точно так же, как «паблик рилейшнз» в США, Великобритании или в Польше. Не может быть универсальных форм, эффективных в любых условиях. Французский PR будет отличаться от чешских и японских, однако во всех случаях система связей с общественностью, как подчеркнули выше, имманентна демократическому гражданскому обществу с развитой или развивающейся рыночной экономикой.

Большинство отечественных исследователей считают, что PR-практика зародилась в Казахстане в 1990 году, когда первые отделы по работе с общественностью начали появляться в государственных структурах [1]. Основы трансформации взаимоотношений системы власти и общества при помощи профессиональных инструментов PR были заложены именно в этот период. Основными центрами информационной и PR-активности стали соответствующие подразделения администрации Президента Республики Казахстан, аппарата Правительства и обеих палат Парламента РК, национальных компаний. Одновременно создавались пресс-службы, пресс-центры и центры общественных связей в органах исполнительной и законодательной власти регионов.

Службы связей с общественностью в Казахстане в наибольшей степени утвердились в политической сфере. Этим они отличаются от соответствующих подразделений на Западе, где PR в коммерческих структурах и политической сфере взаимодополняют друг друга. Непосредственно в сфере бизнеса связи с общественностью стали развиваться у нас именно тогда, когда экономическое реформирование страны способствовало появлению в Казахстане эффективных рыночных отношений. Как отмечает исследователь А. Копежанова, «в Казахстане в большей степени PR-технологии развивались не в бизнес-структурах, а в политической сфере. Потому что в постсоветских странах изначальное понимание термина PR было связано с избирательными технологиями и приравнивается к предвыборной агитации, политическим технологиям, пропаганде и прочим» [2]. Что касается бизнеса, то структуры PR первыми начали создавать компании сектора потребительских товаров, которые рассматривали пиар только как вспомогательный инструмент маркетинга.

В настоящее время казахстанский коммерческий PR ожидает новый виток развития. Его причины заключаются в росте отечественных производителей, которые выходят на новые рынки сбыта. Из столицы двигаются в регионы или ближнее зарубежье, из регионов – выходят на общеказахстанский рынок и в столицу. Катализатором развития и укрепления коммерческих PR является также необходимость многих компаний в инвестициях, для чего необходимо обладать «инвестиционной привлекательностью».

Репутация и известность – важные факторы формирования доверия инвесторов. PR по-прежнему силен на специализированных рынках, где реклама не в состоянии решить поставленные задачи, в связи с узостью аудитории потребителей и спецификой объектов продвижения. Текущее состояние PR полностью повторяет тенденции развития казахстанской экономики и корпоративной культуры. «Основной запрос на содержательный и эффективный PR исходит от наиболее конкурентных рынков – таких, как банковский сектор, связь, потребительские товары», отмечает эксперт Т. Батищева [3]. И хотя сферы, где сейчас применяется PR, весьма обширны, все же можно выделить три основные отрасли. Прежде всего это финансовый и банковский секторы. Вторая отрасль, где PR, как инструмент создания репутации, имеет у нас сильные позиции, – это нефтегазовый комплекс. К третьей можно смело отнести сферу информационных технологий-IT.

Поворотным моментом стало основание Национальной ассоциации по связям с общественностью Казахстана (НАСО РК) и Клуб казахстанских PR-профессионалов «PR-шы», членами которого являются наиболее опытные PR-специалисты из разных отраслей. Национальная Ассоциация по связям с общественностью Республики Казахстан (НАСО РК) создана в 2001 г. по инициативе компаний, предоставляющих профессиональные услуги на рынке PR. Цель НАСО РК – развитие в стране профессионального, конкурентоспособного рынка коммуникаций, продвижение лучших международных стандартов в области PR. НАСО РК реализует ряд значимых для рынка проектов. Центральный проект – Премия в области общественных связей «Ак Мерген» (казахский аналог российского «Серебряного лучника») создана в 2013 году с целью развития казахстанского PR-рынка, формирования культуры и традиций корпоративных и государственных взаимоотношений с обществом, обмена практическим опытом и др [4]. Помимо премии, НАСО организовала и поддерживает такие проекты, как организация Волонтерского Центра, ведет сотрудничество с высшими учебными заведениями с целью содействия в подготовке специалистов по связям с общественностью, проводит мастер – классы и семинары, а также поддерживает ежегодный студенческий конкурс и конференцию «Сиреневый PRорыв» (совместный проект с Клубом «PR-шы»

с 2002 г.). Совместно с Клубом «PR-шы» НАСО РК является соорганизатором Международного PR-форума в Республике Казахстан (с 2003 г.).

Тогда же, в середине 90-х годов, открываются Казахстанский и Национальный Пресс-клубы, которые обеспечили постоянную площадку для взаимодействия со СМИ и для других заинтересованных в пиаре сторон. Казахстанский Пресс-Клуб (КПК) работает на рынке коммуникаций с 1994 года и является одной из первых подобных структур в Казахстане. КПК стоял у истоков развития PR рынка в Казахстане и является со-учредителем Национальной Ассоциации по Связям с Обществом (НАСО); со-учредителем Клуба казахстанских PR профессионалов PR-шы; со-организатором совместно с Клубом PR-шы крупнейшего события PR индустрии – Международного PR Форума PR-шы. Клуб проводит тренинги и коучинг для PR специалистов, журналистов и топ менеджеров, ведет работу со студентами PR дисциплин через мастер-классы и преподавание в бизнес школах; готовит экспертные и аналитические материалы в СМИ. Также можно отметить членство в Международной PR Ассоциации IPRA (г-жа Караулова является первым и пока единственным членом IPRA от Казахстана) и членство в Международной Ассоциации Пресс-клубов.

Первоначально, КПК специализировался преимущественно на media relations, но в связи с ростом потребностей клиентов была принята стратегия диверсификации. Созданная в 2002 году дочерняя компания PG Communications позволила КПК стать структурой полного цикла. На сегодняшний день Казахстанский Пресс-клуб является крупнейшей медиа площадкой, на которой ежегодно проходит более 250 пресс-конференций, а также крупнейшим провайдером продуктов по мониторингу и анализу СМИ, а PG Communications – одним из лидирующих консалтинговых агентств в области коммуникаций. С 1994 года в портфолио Клуба более 300 реализованных PR проектов; более 2500 проведенных пресс-конференций и брифингов; более 70 “круглых” столов, конференций; более 10 крупных национальных проектов, реализованных для международных организаций; мониторинг и анализ всех казахстанских СМИ; более 40 специализированных тренингов как для журналистов,

так и для PR специалистов; опыт работы в странах СНГ, Лондоне и Гонконге; многочисленные благодарственные письма и грамоты, в том числе личная Благодарность Первого Президента РК Нурсултана Назарбаева, благодарность от экс-Госсекретаря США Хиллари Клинтон.

На сегодняшний день в компании работают 40 человек штатных сотрудников, которые обслуживают крупнейшие международные и казахстанские компании; консультируют по страновым PR проектам ведущие государственные структуры, а топ менеджмент и ключевые сотрудники компании получили образование и прошли тренинги в Европе и США и равноценно работают на 3-х языках: казахском, русском и английском. Головной офис в Алматы, представительство в Астане, консультанты по всем регионам Казахстана, а также в Бишкеке и Ташкенте. Сеть неэксклюзивных партнеров по всему миру: Клуб сотрудничает с ведущими российскими и западными агентствами: Maslov PR, Citigate Dewe Rogerson, Financial Dynamics, Ketchum, Shared Value и другими. Основные услуги Клуба: корпоративные коммуникации, финансовые коммуникации; антикризисные коммуникации; media relations; public Affairs; events management; общественно-образовательные проекты; проекты по социально-ответственному бизнесу (CSR); тренинги и семинары для СМИ; VIP тренинги для топ менеджеров; мониторинг и контент- анализ СМИ. Отраслевая специализация Клуба: финансовый сектор (единственное местное агентство, осуществляющее полный комплекс услуг по PR поддержке пре IPO, IPO и пост IPO); нефтегазовый и энергетический сектор; IT и телекоммуникации; FMCG сектор; фармацевтика и здравоохранение; международные проекты (Всемирный Банк, АБР, ПРООН, ЮНИСЕФ, ЮСАИД и другие), страновые PR проекты. Клиентами Клуба являются компания Microsoft, РФЦА, Холдинг «Самрук», РД «КазМунайГаз», Казкоммерцбанк, АО «Казмунайгаз», ExxonMobil, МИД РК, Министерство экологии, Тенгизшевройл, Lenovo, Hewlett-Packard (HP), Lufthansa, GSM Kazakhstan Kcell, USAID, ЮНИСЕФ, Химфарм и многие другие. Некоторые проекты Клуба: PR поддержка IPO РД «Казмунайгаз»; PR поддержка IPO «Казкоммерцбанка»; PR поддержка IPO «Казахстан Кагазы»; комплексный проект

по PR поддержке РФЦА, включавший работу в Казахстане, России, Лондоне, Гонконге и Эстонии; комплексное имиджевое исследование для ENRC; ребрендинг и комплексная PR кампания для ФРМП/Казына; Microsoft Казахстан (полное абонентское PR- обслуживание с 2003 года); компания AES (антикризисные коммуникации); компания Alcatel (открытие офиса в Казахстане, медиа-мероприятия); БТА (PR поддержка продуктов для малого и среднего бизнеса в регионах); компания ExxonMobil (media relations с 2002 года); АО НК “КазМунайГаз” (серия пресс-конференций, мониторинги СМИ, тренинги для специалистов по PR, медиа-поддержка конференции по человеческим ресурсам); Всемирный банк (PR поддержка введения пенсионной реформы в Казахстане, национальная коммуникационная кампания по засушливым землям).

Уникальный 15-летний опыт работы над комплексными проектами, глубочайшее знание рынка; использование лучших западных PR разработок и технологий + их адаптация к местным условиям; разработка собственных матриц, PR технологий и PR инструментов; разработка стандартов качества для клиентов; многолетние взаимоотношения со всеми редакторами и ключевыми журналистами казахстанских СМИ, включая региональные, а также ведущими НПО и гос. Структурами; регулярные исследования рынка, помогающие предложить клиентам наиболее оптимальные PR решения; международная партнерская сеть и доступ к лучшим PR ресурсам в любой стране мира; 3 рабочих языка являются конкурентными преимуществами Клуба [5].

Организация подготовки специалистов по связям с общественностью происходила в Казахстане в достаточно сложных условиях, но облегчалась тем, что процесс ее шел отнюдь не на пустом месте, а имел в своей основе прочную академическую систему отечественного высшего образования, сложившуюся за предшествующий период времени. В стране имелась значительная прослойка преподавателей гуманитарных дисциплин, а также практиков-журналистов, которые могли осуществить подготовку новых кадров и стать специалистами по связям с общественностью. В то же время следует подчеркнуть, что первые публикации по теме связей с общественностью в на-

шей стране являлись русскоязычными переводами работ зарубежных авторов, чьи книги были изданы за рубежом еще в 50-60-х годах XX века. Наиболее популярным изданием стала книга С. Блэка «Паблик рилейшнз». Что это такое?». Именно Сэм Блэк стал «отцом-основателем» этого направления, о котором мало что-либо было тогда известно в Казахстане. Первое учебное пособие по связям с общественностью на казахском языке издано 10 лет назад, в 2009 году [6].

Образование по специальности «Связи с общественностью» переживает период накопления опыта. У казахстанского PR-образования есть два серьезных изъяна – это отсутствие единого образа и почти полное отсутствие преподавателей с опытом работы в PR. Общие курсы, которые преподают в отдельных учебных заведениях, не могут удовлетворить острые потребности. Не смогут сделать этого и приглашаемые из западных стран специалисты по PR. Приветствуя их просветительскую деятельность, не стоит забывать, что западный опыт не во всем пригоден для нашей культуры и ментальности. Это одно, причем не главное, доказательство того, насколько насущной является потребность формирования в нашей стране собственной высокопрофессиональной, цивилизованной системы связей с общественностью. Становится очевидной необходимость создания эффективно действующей, организационно и научно-методически оформленной системы связей с общественностью, позволяющей вести постоянный и целенаправленный диалог с населением страны и мировой общественностью. Одним из путей решения данных проблем, на наш взгляд, является создание Академии связей с общественностью, которая занималась бы повышением квалификации, подготовкой специалистов, научными исследованиями. **Необходимость создания Академии продиктована также проблемой сертифицирования образовательных услуг в области связей с общественностью.**

Следует отметить, что, несмотря на интенсивное развитие, теория и практика связей с общественностью в Казахстане изучены недостаточно. Вопросы становления и развития PR, его методологии требуют дальнейшего детального исследования и являются одной из перспективных тем для исследования. Главная сложность в изучении проблематики связей с общественно-

стью в нашей стране связана с тем, что данное явление относится к числу новых и до конца не изученных. На фоне стремительно развивающейся практики PR, научная деятельность в этой области представляется менее масштабной. Практически не разработана институциональная концепция PR как науки, её методическое наполнение и понятийная база. Однако, по нашему мнению, подобное отставание науки от практики в данном случае вполне естественно, так как науке PR по сути присуща практическая ориентация. В этом смысле её следует сравнивать с такими прикладными науками, как медицина, химия и другие, в которых теоретические основы формируются на основе обширной практики, и только затем наступает этап научного обобщения и выработки концептуальных положений.

Два десятка лет, в течение которых активно развивается PR в Казахстане, недостаточный срок для того, чтобы восполнить все пробелы роста, но как говорится в народной пословице, «дорогу осилит только идущий».

#### Литература

1. «Актуальные проблемы функционирования пресс-служб и PR-структур государственных и коммерческих организаций Казахстана». Материалы международной научно-практической конференции. – Алматы, 9 декабря 2011 г. – С. 10-14
2. «PR в изменяющемся мире: Коммуникационные технологии в деятельности органов власти»: Сборник статей/ под ред. М.В. Гундарина, А.Г. Сидоровой. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. – Вып. 8. – С. 48-54.
3. Журнал «Эксперт Казахстан» – декабрь 2012, №50 (391)
4. [www.naso.kz/index.php?menuid=12&id=67](http://www.naso.kz/index.php?menuid=12&id=67)
5. [www.pressclub.kz](http://www.pressclub.kz)
6. Бекболатұлы Ж. Жұртшылықпен байланыс. – Алматы: «Экономика», 2009.

**Аннотация.** Феномен связей с общественностью возник в Казахстане благодаря таким объективным предпосылкам, как развитие гражданского общества и стремление властей установить диалог с обществом. Социально-политическая трансформация казахстанского общества в 90-е годы охватывает сочетание причин и следствий, которые совместно сформировали процесс возникновения PR как новой системы общения. Анализ этого процесса, который был проведен в Казахстане, интересный и очень актуальный. Появление PR в Казахстане как сферы профессиональной научной и образовательной деятельности обусловлено объективными факторами развития социальных

отношений, институтов гражданского общества и социально-экономических механизмов рыночной экономики.

**Ключевые слова:** связи с общественностью, Казахстан, реклама, маркетинг, образование.

**Abstract.** The phenomenon of public relations has emerged in Kazakhstan on account of objective circumstances, such as the development of civic society and the pursuit of authorities to establish a dialogue with the society. The socio-political transformation of Kazakh society in the 1990s encompasses a complex combination of causes and effects that have jointly shaped the process of the emergence of PR as a new system of communication. The analysis of this process, that has been in Kazakhstan, is both interesting and highly topical. The emergence of PR in Kazakhstan as a realm of professional applied and academic activity has been conditioned by objective factors in the development of social relations, the institutions of civic society and the socio-economic mechanisms of the market economy.

**Key words:** public relations, Kazakhstan, advertising, marketing, education.

**Андатпа.** Жұртшылықпен байланыс феномені Қазақстанда азаматтық қоғамның дамуы және қоғаммен сұхбат орнатуға ұмтылыс сияқты объективті алғышарттар арқасында пайда болды. Қазақстан қоғамының 1990-шы жылдардағы әлеуметтік-саяси трансформациясы PR-дың жаңа коммуникациялық жүйе ретінде пайда болу үдерісін қалыптастырған себеп-салдарлар үйлесімін қамтиды. Қазақстанда бұл үдеріске жүргізілген талдау қызықты да өте маңызды. Қазақстандағы PR-дың кәсіби ғылым және білім беру қызметі ретінде пайда болуы әлеуметтік қатынастарды, азаматтық қоғам институттарын және нарықтық экономиканың әлеуметтік-экономикалық тетіктерін дамытудың объективті факторларымен сабақтасып жатыр.

**Түйін сөздер:** қоғаммен байланыс, Қазақстан, жарнама, маркетинг, білім беру.

УДК 316.77

**Веревкин А.В., Лифанов С.А.**

### **Социологическое определение актуальных проблем медиаобразования**

Первостепенное значение для анализа проблем медиаграмотности имеет рассмотрение процессов взаимодействия и взаимовлияния общества и СМИ. Один из наиболее влиятельных социальных теоретиков, рассматривающих роль СМИ в культуре – Пьер Бурдьё в работе «О телевидении и журналистике», подчеркивает, что профессионалов объяснения и публичного выступления – политиков, журналистов, социологов, историков и т.п. – объединяют две вещи: с одной стороны, они работают над экспликацией принципов видения и деления практик, с другой стороны, они борются, каждый и в своем пространстве, за навязывание этих принципов и за возможность признания их в качестве легитимных категорий конструирования социального мира [1]. В определенном смысле можно установить сущность таких «медийных» феноменов как метафорическая «власти журналистики», киберсоциализация, медиаполис и др. посредством раскрытия механизмы социального взаимодействия и взаимовлияния социальных структур («полей» в терминологии П. Бурдьё). Разнообразные социологические замеры подтверждают, ставший уже бесспорным, факт влияния информационных технологий на практически все общественные процессы. Сегодня без участия масс-медиа и использования информационно-коммуникативных технологий не может функционировать большинство полей культурного производства. Используя, таким образом, методологию П. Бурдьё, в первую очередь, необходимо исследовать структурное влияние информационного поля и производимых им эффектов на иные социальные поля, учитывая одновременно потенциальную зависимость и взаимозависимость от различных контекстов (например, экономических). Отсюда следует, что несмотря на то, что это процессы протекают в феноменологически разнообразных универсумах их внутреннее притяжение позволяет объяснить характер и механизмы взаимовлияния масс-медиа и социума.

Можно говорить о нескольких разделах научного знания, раскрывающих социальные, культурные, когнитивные механизмы функционирования массовой информации (коммуникации, культуры) в современном обществе. Это, прежде всего, теория медиакультуры. В целом, проблемы средств массовой коммуникации и массовой культуры как ее социального следствия и культурного продукта прочно входят в сферу научных исследований уже в первой четверти XX века. Позже получает распространение представление о культуре, как воспроизводимой в обыденном сознании современного человека, преимущественно средствами масс-медиа. Именно в рамках данных процессов формируется с одной стороны медиополе (П. Бурдьё), а с другой так называемые медиаконтекст социальной реальности, когда значение социальных, политических, культурных и иных процессов, как бы «окрашивается» посредством их интерпретации и оценки в средствах массовой коммуникации, приобретая новые формы. В настоящее время в литературе все чаще применяется термин «киберсоциализация». Проблема киберсоциализации человека раскрывается через характеристику многообразных социализирующих и воспитательных возможностей киберпространства [2].

Актуальность медиаобразования определена и усложнением социотехнических форм движения информации и знаний, которая порождает непредсказуемость социальных, политических и социокультурных проблем и следствий. Для определения существенных характеристик этих процессов в научной литературе все чаще используется понятие «новый информационный режим». Он заключается, прежде всего, в качественно ином уровне интеллектуализации и цифровизации информационного пространства, необходимом для устойчивого развития общества и нейтрализации фактора индетерминизма социальных процессов. В тоже время условием их эффективного использования и управляемости является интеграция их в образовательный процесс всех уровней. В целом же интеллектуализация информационного пространства осуществима при следующих условиях: оптимальном структурировании мирового информационного пространства за счет упорядочения глобальной информационной инфраструктуры; интеграции и структурировании мировых информационных

ресурсов; собственно интеллектуализации информационных потоков и процедур переработки информации [3, 4].

Исследования теоретических оснований медиаграмотности напрямую связано с разнообразными, а также внутренне противоречивыми концепциями, объясняющими механизмы влияния средств массовой информации и коммуникации на общество (культуру, политику, индивидуальное и общественному сознанию и т.д.).

С точки зрения Г.М. Маклюэна – автора одной из важнейших концепций, представляющих методологическую основу медиаобразования, средство коммуникации и есть сообщение. Медиа – это не только СМИ – сюда включаются такие самые различные феномены от устной речи, письма, электричества до кино, радио и телевидения. Объединяющим их свойством является посредническая функция, вносящая существенные изменения в коммуникацию человека с окружающим природным и социальным миром. В зависимости от того как преобразуются посредники (медиа) – трансформируется способ общественного мировосприятия, образ жизни, тип культуры [5, 6].

Как отмечает известный российский специалист в области медиаобразования Федоров А.В. «М. Маклюэн полагал, что глобализация коммуникаций, связывая людей во всём мире, приведёт к созданию единого коммуникационного пространства и превратит весь мир в одну «глобальную деревню». Таким образом, введением в 1962 году в обращение второго по значимости тезиса «глобальная деревня», ученый подчеркивал, что данный феномен символизирует всё более тесные связи между людьми в масштабе планеты благодаря активному внедрению электронных технологий. Позже, в 1968 году была представлена книга «War and Peace in Global Village» («Война и мир в глобальной деревне»). Таким образом, ученый доказывал, что смена медийных технологий влечёт за собой смену и развитие культуры. Более того, М. Маклюэн предсказывал, что с помощью медиа под контролем можно будет держать «эмоциональный климат» целых культур» [7, с. 21].

Обоснование характера и механизмов влияния СМИ на общество представлено в ряде разнообразных теорий массовой информации. В тоже время следует отметить, что основные оценки

характера распространения массовой информации касаются вопроса об аудитории как воспринимающей информацию активно (хотя бы, частично) либо полностью пассивно. Важным примером может служить теория селективной экспозиции, в рамках которой в противовес полностью критическим оценкам массовой культуры (утверждению, что СМИ осуществляется прямое, сравнимое с магическим, воздействие на аудиторию, игнорирующее ее возрастные, культурные, географические и другие особенности) разработано противоположное положение о том, что формы и результаты влияния СМИ на различные группы аудитории различны и, соответственно, с исследовательской точки зрения, аудиторию нельзя представлять как некую массу, некритически воспринимающую информацию.

В искомом контексте следует прежде всего упомянуть теорию немецкого социолога Э. Ноэлль-Нойман, получившую название «спираль тишины/молчания». Центр теории – взаимосвязь между массовой и межличностной коммуникацией. Основанием концепции является утверждение, что для большинства людей неприемлемы ситуации активного выражения своего мнения, отличающегося от позиции социального окружения, что далее преобразуются в стандарт поведения группы.

Коммуникативные технологии последних десятилетий меняют некоторые базовые основания данной концепции, имманентно включая различные слои населения в процессы информационного обмена. Это, прежде всего, касается молодежи. В тоже время ряд исследователей не без оснований предполагает, что компетентность молодых людей несмотря на совершенствование навыков в области работы с ИКТ и упрощившийся доступ к Интернету в области информационной грамотности не возросла, особенно в качестве средства совершенствования процесса обучения. Так, результаты исследований, проводившихся «Google Generation» на лондонском UCL CIBER показали, что техника поиска учащимися информации серьезно ухудшилась. В целом, авторы исследований объясняют отсутствие информационной грамотности у «поколения Google» слабым пониманием потребностей в информации и наличием упрощенных ментальных схем: «как следствие этого молодые люди не воспринимают библиотечные источники как интуитивно понятные и предпочитают

использовать Google или Yahoo!, которые дают вполне ясные, хотя и упрощенные, ответы на их вопросы». Когда «цифровые аборигены» пользуются Интернетом для поиска информации, их поведение характеризуется наличием определенного метода и конечной эффективностью, а отнюдь не тщательностью подхода и информационной грамотностью, как этого хотелось специалистам [9, с. 251].

Анализируя данный феномен, мы, прежде всего, хотим обратить внимание, на тот факт, что программы медиаобразования должны учитывать различные социальные группы как потенциальные аудитории, требующие специфических подходов и изменения образовательного контента. Крайне ошибочным в этом плане будет утверждение, что молодому поколению, достаточно хорошо ориентирующемуся в цифровых технологиях, умеющему использовать их как в обыденной жизни, так и для самовыражения, медиа- и информационная грамотность уже не нужна. Содержание программ МИГ необходимо коррелировать и разделять на уровни, предлагая программы для всех возрастов и групп населения. Также необходимо отметить, что определенное значение для понимания структуры информационно-сетевое пространство имеет проблема социальной идентичности. Изучение процессов изменения идентичности как результат взаимодействия человека с информационными технологиями несет за собой как личностно-психологические, так и социальные следствия.

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

#### **Литература**

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
2. Плешаков В.А. Теория киберсоциализации человека. Монография. – М.: МПГУ; «HomoCyberus», 2011. – 400 с.

3. Дроботенко О.Н. Новый информационный режим как фактор международной безопасности – [http://pglu.ru/upload/iblock/f8c/uch\\_2009\\_xii\\_00003.pdf](http://pglu.ru/upload/iblock/f8c/uch_2009_xii_00003.pdf)
4. Сляднева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. – 2009. – № 01. – С. 8-13.
5. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. – М.: Кучковополе, 2003. – 464 с.
6. Маклюэн Г.М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего = The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013. – 496 с.
7. Федоров А.В., Новикова А.А., Колесниченко В.Л., Каруна И.А. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании. – Таганрог: Изд-во «Кучма», 2007. – 256 с.
8. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996. – 351 с.
9. Фом Орде Х. «Цифровые аборигены» и их медиамыры: отправные точки развития медиа- и информационной грамотности // Медиа- и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е.И., Паршкова А. В. – М.: МЦБС, 2013. – С. 250-261.

**Веревкин А.В., Лифанов С.А.**

**Социологическое определение актуальных проблем медиаобразования**

**Аннотация.** Современное информационное общество как историческая фаза развития цивилизации характеризуется увеличением роли медиа ресурса в жизни общества. Бурное развитие медиатехнологий и расширение их возможностей приводит к тому, что медиа присутствуют сегодня практически в любой сфере человеческой жизнедеятельности, становятся в современных условиях «продуктом» индустрии сознания. Медиаобразование сегодня осмысливается как отрасль деятельности, которая на стадии своего формирования приобретает черты отрасли духовного производства, раскрывающейся в институционализации, профессионализации, технологизации и социализации медиаобразовательных процессов.

Несмотря на то, что медиаобразование как самостоятельное направление научно-практической деятельности начало развиваться относительно недавно, можно констатировать, что существует большой объем работ, в основном, зарубежных авторов. Обзор международных тенденций показывает, что в Казахстане необходимы дальнейшие исследования как теоретического, так и прикладного характера, направленные на формирование национальной модели медиаобразования, отражающей культурную специфику и потребности современного казахстанского общества.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, правовое регулирование, доступ к информации, информационная безопасность, саморегулирование СМИ, социальная ответственность.

СМИ, правовое регулирование, доступ к информации, информационная безопасность, саморегулирование СМИ, социальная ответственность.

**Verevkin A.V., Lifanov S.A.**

### **Sociological determination of topical problems of media education**

**Abstract:** The modern information society as a historical phase of the development of civilization is characterized by an increase in the role of the media resource in the life of society. The rapid development of media technologies and the expansion of their capabilities leads to the fact that media are present today in almost every sphere of human life, become in modern conditions a "product" of the industry of consciousness. Media education today is understood as a branch of activity, which at the stage of its formation acquires features of the branch of spiritual production that opens up in institutionalization, professionalization, technologicalization and socialization of media education processes.

Despite the fact that media education as an independent direction of scientific and practical activity began to develop relatively recently, it can be stated that there is a large amount of work, mainly foreign authors.

The review of international trends shows that further research is needed in Kazakhstan, both theoretical and applied, aimed at forming a national model of media education that reflects the cultural specifics and needs of modern Kazakhstan society.

**Key words:** media, legal regulation, access to information, information security, media self-regulation, social responsibility.

**Веревкин А.В., Лифанов С.А.**

### **Социологиялық анықтау өзекті мәселелердің медиабілім**

**Анатпа:** Қазіргі заманғы ақпараттық қоғам өркениеттің дамуы тарихи кезеңі ретінде қоғам өміріндегі медиа ресурсының рөлін арттыру арқылы сипатталады. Медиа-технологиялардың қарқынды дамуы және олардың мүмкіндіктерінің кеңейуі бүгінгі күні адамзат өмірінің барлық салаларында медиа сана саласының «өнімі» болған жағдайға әкеледі. Бүгінгі медиа-білім беру саласы қалыптасу кезеңінде медиа-білім беруді институционализациялау, кәсібилендіру, технологияландыру және әлеуметтендіруде ашылатын рухани өндіріс саласының ерекшеліктеріне ие болатын қызмет саласы ретінде түсініледі.

Медиа білімнің ғылыми-практикалық қызметі тәуелсіз бағыты ретінде салыстырмалы түрде тек жақында дамығанына карамастан, көбінесе шетелдік авторлар жұмысының үлкен көлемі бар деп айтуға болады. Халықаралық тенденциялардың шолуы қазіргі заманғы қазақстандық қоғамның мәдени ерекшеліктері мен қажеттіліктерін көрсете алатын, медиа білім беру ұлттық моделін құруға бағытталған, теориялық және қолданбалы сипаттағы зерттеулердің қажетігін көрсетеді.

**Түйін сөздер:** бұқаралық ақпарат құралдары, құқықтық реттеу, ақпаратқа қолжетімділік, ақпараттық қауіпсіздік, БАҚ-тың өзін-өзі реттеуі, әлеуметтік жауапкершілік.

Гарбузарова Е.Г.

### **Проблемы формирования единого Евразийского информационного пространства**

В современном мире побеждает тот, кто владеет информацией и может хорошо ориентироваться в виртуальном пространстве. Известный американский футуролог Д. Белл отмечал, что «информация становится ресурсом, а внутри организаций – источником силы». Для Евразийского экономического союза (ЕАЭС) перспективное будущее открывается в том случае, когда будет создан единый рынок не только товаров, услуг, капитала и рабочей силы, но и единое пространство евразийской коммуникации. ЕАЭС охватывает значительную геополитическую территорию, жизнеспособность которой будет во многом «определяться прежде всего информационным превосходством в виртуальном пространстве» [1, с. 7].

Единое информационное пространство представляет собой поле, конструируемое сообществами с целью производства и потребления информации. В науке отсутствует устоявшееся понятие «информационное пространство». В связи с этим под «информационным пространством» можно понимать: 1) открытую самоорганизующуюся систему; 2) информационную инфраструктуру; 3) сферу информационных отношений [2, с. 54]. В условиях, когда миром движут информационные потоки, необходимо использовать медиа пространство для достижения разнонаправленных целей. Создание евразийского информационного пространства позволило бы качественно расширить масштабы сотрудничества между участниками ЕАЭС. По мнению С.В. Венидиктова, координация деятельности СМИ стран-участниц ЕАЭС позволит в полной мере выполнять следующие евразийские принципы: уважать общественно-политический строй стран-участниц интеграции, их национальные интересы и придерживаться принципов справедливой конкуренции [3, с. 16]. В какой-то степени принципы евразийской интеграции и эффективность их реализации будут зависеть от умения госу-

дарств-участников ЕАЭС прийти к согласию относительно совместного управления СМИ.

Концептуальный подход к исследованию особенностей функционирования СМИ в странах постсоветского пространства позволяет выделить три медийные модели [4, с. 61]: 1) евроазиатская государственно-коммерческая модель, основанная на смешанной форме собственности на СМИ и вмешательство государства в их деятельность. К этой модели относят Россию; 2) евроазиатская догоняющая модель с невысоким экономическим и технологическим уровнем, неустойчивостью рыночных механизмов функционирования СМИ и противоречивой медиаполитикой. Эта модель свойственна Армении; 3) евроазиатская патерналистская модель с доминированием государственных структур и ограниченным влиянием рынка на деятельность СМИ. Эта информационная модель характерна для Казахстана, Беларуси и Кыргызстана. Положение СМИ в постсоветских государствах напрямую зависит от степени открытости политической системы этих государств. Как известно, по характеру эти системы считаются авторитарными, следовательно, доверие населения к СМИ является невысоким. При этом наблюдается низкий уровень доверия у граждан к СМИ в отношении информации о внутренней политике, и наоборот высокий уровень доверия к информации о внешней политике. Причисление стран-участниц ЕАЭС к медийным моделям является достаточно условным в силу того, что изменения в этой сфере носят перманентный характер. Проведем сравнение позиций в мировом рейтинге свободной прессы стран-участниц ЕАЭС за 2017 г. и за 2019 г. [5]. В 2017 г. эти страны расположились в следующем порядке: Армения (79), Кыргызстан (89), Россия (148), Беларусь (153), Казахстан (157). В 2019 г. успехи в либерализации прессы заметны в Армении (61), Кыргызстане (83), в то время как Беларусь (153) осталась на той же позиции, а Россия (149) и Казахстан (158) опустились на одну позицию.

Еще до создания ЕАЭС (2015) эксперты отмечали высокий потенциал, имеющийся у государств СНГ в сфере информационного взаимодействия. Действительно, преимущества медийных структур СНГ заключается в том, «что конкуренция между медиа здесь осуществляется фактически только на публицистическом уровне и служит всестороннему формированию общего

информационного пространства в силу того, что подавляющее большинство медийных ресурсов стран Содружества служит идеям созидания и нравственности, терпимости и сотрудничества, взаимодействия» [6, с. 187]. **Масс медиа стран СНГ содействуют** лучшему пониманию внешней и внутренней политики постсоветских государств

В ноябре 2015 г. в рамках восьмого Форума европейских и азиатских медиа в Москве поднимался вопрос о механизмах популяризации идей интеграции в политических элитах, экспертном сообществе и среди общественности. Заместитель председателя Комитета Государственной думы Т. Москалькова подчеркнула, что единое информационное пространство играет одну из важных ролей в строительстве «евразийского общего дома» [7]. Очевидное преимущество этой идеи – это сплочение народов стран-участниц союза. Важными условиями реализации данной цели является не только очевидная экономическая выгода государствам-участникам ЕАЭС, но и разработка эффективной модели коммуникационного взаимодействия.

Впервые идея о создании единого информационного пространства ЕАЭС была озвучена президентом России В. Путиным во время заседания Высшего Евразийского экономического совета в Астане в 2016 г. Тогда российский лидер подчеркнул перспективность этой идеи и предложил Евразийской экономической комиссии подготовить предложения по этому вопросу. На современном этапе эта идея так и осталась не реализованной, а освещение процессов в ЕАЭС носит сегментированный национальный характер. Одним из факторов, тормозящим воплощение этой амбициозной идеи в реальность является нежелание государств-участников ЕАЭС превращать интеграционную структуру в политическое, а не экономическое объединение. Опасения вызывает и без того лидирующее экономическое положение России в ЕАЭС. В случае создания единого информационного пространства страны-участницы ЕАЭС опасаются чрезмерного доминирования российских СМИ и влияния российских взглядов, идеалов и ценностей на своих граждан, а также укрепление позиций русского языка на евразийском пространстве. При этом недооценка необходимости создания информационного пространства тормозит полноценное развитие ЕАЭС, лишает насе-

ление стран-участниц возможности получить необходимую всестороннюю информацию об интеграции. Кроме того, благодаря единому информационному пространству создается основа для взаимовыгодного развития делового сотрудничества во всех областях политической, экономической и культурной жизни. В таких условиях можно будет определить контуры перспективного развития интеграции.

В октябре 2018 г. состоялась международная конференция журналистов России и стран ЕАЭС на тему «Электронные СМИ ЕвразЭС: информационное сотрудничество и перспективы сближения». Участники конференции единогласно отметили положительные стороны создания единого информационного пространства, которое будет содействовать продвижению общечеловеческих ценностей, идейных основ евразийской интеграции, укреплять дружбу между народами. Также участники конференции обсудили факторы, тормозящие процесс создания единого информационного пространства. По мнению редактора сайта «Казахстанско-российского экспертного IQ-Клуба» О. Казанцевой отсутствие единых информационных целей и концептов делает невозможным создание единого информационного пространства ЕАЭС [8]. Главный редактор журнала «Eurasia Plus» А. Куртмулаев считает, что «в том, что так мало знают о ЕАЭС, виноваты сами журналисты государств-участников Союза». Эксперт приходит к заключению, что национальные СМИ практически не пишут и не говорят о евразийской интеграции. Важным является тот факт, что не только политики, но и общественность государств-участников ЕАЭС должны иметь полное представление о процессах, развивающихся на евразийском пространстве.

Между тем восполнить информацию у общественности по ЕАЭС, содействовать пониманию глубинной сущности этой интеграции мог бы специально созданный телеканал по образу европейского новостного канала (EuroNews). Страны ЕАЭС могли бы взять на вооружение европейскую модель создания информационного пространства, приспособив ее к своим евразийским особенностям. Будущий евразийский информационный телеканал, во-первых, должен транслировать не только экономические успехи и неудачи ЕАЭС, но и освещать политические, социальные, культурные события, происходящие в государствах-участ-

никах данной структуры; во-вторых, показывать образ ЕАЭС в представлении граждан стран-участниц интеграции; в-третьих, транслировать образ евразийской интеграции в представлении других государств. Евразийский канал станет эффективным инструментом популяризации евразийской интеграции в мире.

Анализируя европейский опыт создания единого информационного пространства можно выделить фактор дезинтеграции, в основе которого лежат националистически-изоляционистские настроения пробуксовывающие в свое время процесс укрепления европейского единства [9]. Этот же фактор можно наблюдать в странах ЕАЭС, внешняя политика которых формируется политическими элитами, часть из которых придерживается националистических взглядов. Несмотря на то, что евразийская интеграция открывает перед государствами-участниками широкие перспективы в сфере экономической, технологической модернизации, правящие круги этих государств «привержены сохранению своих суверенных прерогатив..., так как в полной мере оценили преимущества существования в качестве независимых государств» [10, с. 216]. **Большое влияние на процесс принятия решений в области внешней политики постсоветских государств оказывают внешние силы. По мнению российского ученого С.С. Жильцова «ЕС и США поощряют принятие в странах постсоветского пространства законов, направленных на ограничение использования русского языка, усиление позиций националистических сил, рост нетерпимости к России и ее политике» [11, с. 104]. Все эти факторы тормозят полноценное развитие ЕАЭС и снижают уровень доверия между государствами-участниками интеграции.**

В целом на пути формирования единого информационного пространства ЕАЭС появляются следующие преграды:

1) отсутствие информационной концепции, которая могла бы стать императивом для позитивных практических действий в области коммуникаций;

2) боязнь усиления позиций России и укрепления статуса русского языка в евразийском медийном пространстве. В свою очередь преодоление этих стереотипных страхов могло бы содействовать объективному взгляду на евразийскую интеграцию, где национальные интересы мирно коррелировались с потребностями евразийской кооперации;

3) подрывная деятельность внешних сил, которые через методы лоббирования и манипуляции влияют на траекторию внешней политики постсоветских государств.

Создание евразийского информационного пространства позволит повысить имидж ЕАЭС, сформировать эффективный «информационный щит» от фейковых новостей, подрывающих авторитет союза. Следовательно, имидж ЕАЭС напрямую связан с единым информационным пространством, которое будет стимулировать создание имиджевой стратегии евразийской интеграционной структуры. Кроме того, в условиях появления новой информационной угрозы в лице информационного противоборства актуальным становится вопрос о выработке коллективных действенных механизмов ее отражения. Единое евразийское информационное пространство будет смягчать, а в каких-то случаях отражать попытки внешних сил оказывать негативное информационное воздействие на общественное сознание с целью достижения своих политических целей. Общественное сознание постсоветского населения не раз подвергалось атаке со стороны внешних деструктивных сил и как результат в ряде государств прокатилась волна «цветных революций». Если государства-участники ЕАЭС заинтересованы в обеспечении себе преимуществ в мировой политике и экономике, то они должны стремиться отвечать на вызовы современного информационно-технологического мира и интегрироваться со своей повесткой дня в глобальное информационное пространство.

#### Литература

1. Василенко И.А. Геополитика в информационном обществе: новые виртуальные стратегии в борьбе за пространство // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 2005. – № 6.
2. Кабанов Ю.А. Информационное пространство как новое (гео)политическое пространство: роль и место государств // Сравнительная политика. – 2014. – № 4 (16-17).
3. Вендиктов С.В. Правовое поле коммуникативной интеграции Евразийского экономического союза в контексте европейского опыта // Вестник Самарского юридического института. – 2016. – № 4 (22).
4. Вендиктов С.В. Евразийское информационное пространство: унификация или координация? // Сетевой журнал «Научный результат». Серия «Социальные и гуманитарные исследования». – 2016. – Т. 2. – № 1 (7).
5. World Press Freedom Index. – Режим доступа: <https://rsf.org/en/ranking/2017#> – Дата обращения: 12 апреля 2019.

6. Темирбулатов А.М., Гурушкин П.Ю. Формирование общего масс-медиа пространства и особенности информационного сотрудничества стран СНГ // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2013. – Вып. 4.
7. Татьяна Москалькова: «В ЕАЭС надо создать единое информационное пространство». – Режим доступа: <http://komitet.info/about/membersblogs/tatyana-moskalkova-in-the-eeu-it-is-necessary-to-create-single-information-space/> – Дата обращения: 15 апреля 2019.
8. Создание единого информационного пространства ЕАЭС обсудили в Москве. – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/news/show/20824> – Дата обращения: 25 апреля 2019.
9. Залесский Б.Л. Европейское информационное пространство и средства массовой информации. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/> – Дата обращения: 3 мая 2019.
10. Лукьянов Ф. Требуется созидательный национализм // Россия в глобальной политике. – 2016. – Июль-август. – № 4.
11. Мировая политика в фокусе современности: Монография / Предисл. Е.П. Бажанова; Отв. ред М.А. Неймарк; Дипломатическая академия МИД России. – М., 2018.

**Аннотация:** В статье проводится анализ факторов, препятствующих формированию единого информационного пространства Евразийского экономического союза. Акцент делается как на внутренних, так и на внешних проблемах, протубковывающих процесс создания евразийского медиапространства. В заключении делается вывод о том, что создание единого евразийского информационного пространства стимулирует выработку имиджевой стратегии ЕАЭС.

**Ключевые слова:** информационное пространство, ЕАЭС, СМИ, информационное взаимодействие, общественное сознание, имидж ЕАЭС.

**Garbuzarova E.G.**

#### **Problems of Building of the Common Eurasian Information Area**

**Abstract:** The article analyzes the factors that prevent the building of a single information area of the Eurasian Economic Union. The emphasis is placed on both internal and external problems stalling the process of creating the Eurasian media area. It is concluded that the creation of a single Eurasian information area stimulates the development of the image strategy of the EAEU.

**Key words:** information space, EAEU, mass media, information interaction, public consciousness, image of EEU.

Муканова Г.К.

### **Институциональная идентичность и политтехнологии в Центральной Азии, роль PR и медиа**

Филигранное знание д. ф. н., профессором Нуржановым Б.Г. содержания научного дискурса в англосаксонской литературе, прочтение им монографий и статей зарубежных социологов, культурологов, философов и футурологов позволило ему стать пионером в прокладывании троп для отечественной культурологии. Благодаря его энтузиазму, была открыта профильная кафедра культурологии, которой он заведовал, опубликованы и доступны труды доктора философии, профессора КазНУ им. аль-Фараби Нуржанова Б.Г., рано ушедшего из жизни, который одним из первых проявил научный интерес к пост-модернизму и буквально по полочкам разложил понятия «институциональная» и «культурная» идентичность [1]. Имеются также книги известных публичных политиков, дипломатов, среди которых к теме идентичности обращался действующий президент Республики Казахстан К.-Ж.К. Токаев. [2]

С момента обретения Казахстаном независимости и началом построения нового казахстанского государства на первый план вышел целый комплекс вопросов, связанных с национализмом (а вместе с тем, связанных с вопросами идентичности – этничности).

Национализм как социальный, политический, культурный, психологический феномен XX в. является одной из мощных движущих сил современного мира. Британские политологи Пол Джеймс и Том Нэрн сравнивают пришествие национализма с ящиком Пандорры из греческого мифа: «...однажды открытый, ящик Пандорры и его содержимое завоевало все вокруг. К концу XIX в. мир уже был в его (национализма) власти. Все языки приспособились к этому изначально французскому понятию, и оно заразило воздух, которым мы все еще дышим. Как веком (XXI в.) позже понятия «**этничности**» и «глобализации», стало словами, которые мы постоянно употребляем, частью быстрой

трансформации того способа, каким люди думают и чувствуют» [3].

Понятие «национальная идея», или НИ, взято на карандаш известными политиками, это словосочетание аутентично патриотизму, см. речи и статьи Н. Назарбаева «Модернизация общественного сознания» и др.

Абсолютно правильно полагать, что «национальная идея – это одновременно глубинная онтология человеческого (национального) бытия (способ его национального существования), его глубинная социология как эффективный способ установления прочной социальной связи и столь же глубинная психология, управляющая чрезвычайно сложной и разветвленной сферой его эмоциональных, когнитивных и поведенческих реакций [1].

Каковы же компоненты НИ: Одной из главных составляющих национальной идеи является национальное государство. государственность – один из важнейших компонентов «состоявшейся» нации. Казахстан, к счастью, сегодня принадлежит к числу таких состоявшихся наций. Но национальная идея выражает не только желание нации стать государством, но и стремление индивидов, составляющих нацию, способствовать укреплению и процветанию национальной государственности. Со своей стороны, стабильное процветающее государство способствует укреплению национальной идеи, вызывая чувства гордости за него и уверенности в себе у ее носителей. В социальных сетях, куда забрасываются чересчур порой эмоциональные темы, или исходящие их тех регионов РФ, которые борются за автономный статус (к пр., Якутия), на фоне русскоговорящей аудитории Интернета, на эти призывы активно откликаются казахстанцы, обычные люди, не всегда сведущие в понятиях нац/идентичности, и легко подхватывают «чужеземные» лозунги и флэш-мобы... не «фильтруя», что мы-то уже состоялись как государство суверенное, и этот этап для нас в принципе уже по-за-ди. То есть, сообщество наступает на старые грабли, по простой причине: слабой подготовке журналистов, которым тут бы броситься разъяснять, что к чему. Увы, представители «четвертой власти» хором начинают ругать власть, в сущности, проявляя некомпетентность. Постмодернизм должен бы стать стилем жизни, думаю, призыв президента Токаева К.К. к акимам активизироваться в соцсетях, своевременно разбавляет засилье иноземных аккаунтов.

Елбасы не случайно отметил в статье «МОС»: «...преследуя цели инновационного развития, мы должны заботиться о сохранении национальной идентичности, культивировании знаний и нашего национального кода. Национальный код и идентичность остаются на века. воспитание безусловно должно быть в системной форме, – важно отбросить устаревшие догмы и наполнить его новым содержанием. Между тем, написанных доступно для обывателя и школьника, студента монографий на тему нац/кода, казахстанским автором, пока мы не встретили. Теория и практика идентичности, на наш взгляд, интересная и ответственная тема и еще предстоит дорабатывать ее, в ходе преподавания соц/гум. дисциплин в школах и вузах.

Еще мудрый аль-Фараби обращал внимание на принцип единства обучения и воспитания: «Человеку нужно, во-первых, воспитание, а не знание, так как знание, полученное без воспитания, – враг человека». Воспитание высоко духовно мотивированных граждан, болеющих за будущее Родины патриотов и инициаторов добрых дел, на исторических уроках прошлого, примерах героизма, почитании знаковых дат, – это есть момент истины, духовного совершенствования и интеграции.

В связи с этим, немаловажно: вернуться к высокому социальному статусу ученых и учительства, избавиться от «белых пятен» в истории страны, – все это наследие прежней идеологии. Не должна оставаться в стороне тема этнического самосохранения, – так, «актабан шұбырынды», «ашаршылық», «куғын-сүргін», «Желтоқсан» и другие истории навечно запечатлели в народной памяти невосполнимые утраты и боль трагедии. Казахский этнос в потоке геополитических векторов едва не потерял свое самоназвание, язык и генофонд.

Истоки нашего национального кода культуры и традиций лежат в гуманистическом начале, бережно, на каждом временном отрезке, сохраняемом народом в пространственном потоке, в истории, это высказывание Елбасы актуализирует нравственную суть коллективной памяти, оно должно быть взято в основу идентификации.

Известно, что с завершением процесса формирования нации, такие элементы – мифы, символы, традиции, верования – не только сохраняются в национальном сознании, но и, по мнению ис-

следователей, остаются краеугольными камнями единства и стабильности нации. «Основная доктрина задает мотив и импульс для различных видов национальной активности, – писал лондонский исследователь национализма профессор Энтони Смит (1939-2016), редактор кембриджского журнала «Нации и национализм», – как и для символов и институтов, которые выражают идею нации [4].

О мифах. Национальная идентичность не всегда бывает результатом пропаганды, или продуктом домыслов историков, философов, социологов, писателей и деятелей культуры. Такие «исследования» являются зачастую сотворением мифов, чем научными исследованиями. Есть закономерности формирования нац/идентичности, которая формируется на двух уровнях – институциональном и культурном. Институционально нац/идентичность развивается народом, приучающимся к одним и тем же «социальным» привычкам – голосования, участия в НПО, общения с властями, участия в коллективных праздниках, посещения стадионов, театров, платящих налоги и т.д. Культурно же, она развивается через создание так называемого «стандарта национальной культуры».

Разумеется, лже-сенсации в трактовке национальной истории неуместны, нац/код не нуждается в столь дешевой популяризации, ведь Казахстан – состоявшееся государство. Что касается вопрос о соотношении (архаичной) культуры и национализма, которым задавался Э. Смит, то на него – в приложении к казахской нации, весомо и исчерпывающе ответил своей глубокой монографией покойный Н.Э. Масанов (1954-2006).

Уверена, что, лишь сформировав открытое, восприимчивое к переменам сознание, наше общество сможет раскрыть заложенный в нем богатейший потенциал. Инновационная восприимчивость и включенность в мировые проекты (см.: плавный переход общества к трансформации от кириллической письменности на латиницу; и расширение поля «узнавания» родного языка среди языков ООН, тюркских языков, станут реальным вкладом в абрис идентификации. Важно создать условия, чтобы казахский язык стал языком современного мира, скажу более – чтобы тюркский язык вошел по праву в перечень языков ООН (инициатива турецкого лидера Т. Эрдогана). Думается, то – вопрос времени.

Пространство и Время – философские категории, позволяющие индивиду понять место свое и своего сообщества (нации), осмыслить кратковременность бытия и бесконечность данности, в потоке вселенского космического Ничто, текущего в Никуда... Все относительно, и кажущиеся абсолютно аутентичными вчера, оценки в рамках «классово-формационной» теории. И роль в истории Героев вчерашних, и их развенчание.

Национальная история является важной составляющей национальной идеи. Она обладает огромной объединяющей и мобилизующей силой национальности. К ней часто обращаются лидеры нац/движений, нац/интеллигенция и ученые, особенно в кризисные и поворотные моменты. Она служит предметом гордости для представителей данной нации, примером для подражания и объектом страстной апологии в случаях попыток ее искажения или пренебрежения. Национальная история генетически вырастает из коллективной памяти этноса – предшествующей нации, исторической общности. Но между коллективной памятью и национальной историей существует принципиальная разница. Этнос не имеет и не может иметь истории, исторического сознания, его ему заменяет коллективная память. Историческое сознание, «чувство истории» есть исключительно феномен современный, он формируется одновременно с идеей свободы, которая наполняет историю собой, как ее смыслом, содержанием.

Есть знаменитая фраза Гегеля: «...история есть прогресс в сознании свободы». Национальная история – одна из наиболее манипулируемых составных национальной идеи, но от этого она нисколько не теряет своей привлекательности для национального сознания. Как результат, мы имеем «полифоничное» восприятие национальной истории у различных авторов, и это допускается, как известно, «историю делают историки...». Наряду с историками, сочинить миф либо романтизировать ее могут и любители, если у них получается интересно для большинства и способствует формированию культурной идентичности, почему бы и нет? Why not? – Как выражаются американцы, лишенные комплексов. // ср.: Известные «Хроники Нарнии», или современные публикации Закирьянов К.Х. на тему «Чингизхан – казахи» и т.д.

Реалии предвыборной агитации. Среди активных медийных средств, которые взяли за освещение хода выдвижения кан-

дидатов в президенты республики, по нашему мнению, заметен контент «Азаттық радиосы» [5] и российские блогеры, что на самом деле закономерно со стороны Азаттыка и не совсем легитимно – ведь можно интерпретировать как вмешательство во внутренние дела соседнего государства, – достаточно назойливое и не всегда корректное, комментирование событий в Казахстане и биографий .

Наблюдая предвыборный процесс в медиа, невольно соучаствуя в нем, понимаешь, что наше общество довольно лениво, или ленистно, чтобы обернуться в прошлое и почерпнуть там уроки, как быть, если приходит черед выбирать правителя [6]. А ведь у казахов-кочевников, наследников тюркских империй, имеется прочный запас знаний на этот счет. Главный урок истории, – каждый подданный, хотя это несколько устаревший термин, – обязан чтить правителя, как отца родного. Между тем, данная аксиома неуклонно исполнялась до – уничтожения статуса казахских ханов и заодно, султанов, реформами Сперанского, в начале 19 столетия. Доказательством почтения чингизидов, олицетворявших власть в Казахских жузах, остаются тексты айтысов (Акан-серэ и Машгур Жусипа, например), причем акыны состязаются в том, кто из них лучше восславит конкретного султана, либо хана. И это делалось намеренно, публично, дабы воспитать в рядовых казахах почтение к имени и делам чингизидов-правителей. Аналогичная практика действует в конфуцианском учении, которое лежит в основе нравственного воспитания / социализации, в соседней Поднебесной.

Учение уроженца Великой Степи аль-Фараби также является мостиком к познанию современных трендов эволюции политеса Азии, подобно тому, как известные сочинения Макиавелли лежат в основе дискурсов о судьбах европейских сообществ. Безусловно, переводы трудов аль-Фараби, осуществленные в советский период, нуждаются в тщательной верификации, поскольку мыслитель отдавал дань исламской идеологии, живя в пределах халифата и воленс-ноленс будучи адептом ислама. К примеру, если Фараби пишет, что правитель добродетельного города-государства должен быть одновременно «имамом», то это не должно восприниматься буквально. Речь идет о чистоте помыслов, души и тела, которые у правителя должны быть в гармонии.

Не проходит ощущение, что казахстанцы, мы не до конца еще осознаем ту великую данность, которую мы, поколение 21 века, независимого государства-нации унаследовали из глубин прошлого: нашу уникальную гео/локацию; нашу транзитное преимущество перед соседними и отдаленными государствами и регионами ДВ, ЮВА, Кавказа и ЕС. Для историков и работников обществоведческих наук в целом наступила благодатная пора: выход статьи Елбасы «Семь граней Великой Степи» еще раз акцентировало фокус НИР – не столько работа с источниками, археографический поиск в зарубежных архивах, сколько серьезная аналитика с практическими рекомендациями для правительства, которое обязано мотивировать СМИ и приучать их публиковать выверенную информацию, – пора переориентировать направления НИР, доверять молодежи, быть выше мелкотемья и смелее выходить на обобщения.

Приведу в заключение глубокую максиму, ее автор – известный философ, профессор, основатель АЕН РК Агын Хайруллович Касымжанов, который заметил, что важно «...осознавать свою самобытность, дорожить ее и, в коем случае, не предаваться легкомысленно чужим ценностям и чужому образу жизни. – это основа основ свободы и независимости народа» [7].

Нужно много знать, чтобы сравнивать, видеть за мелким, важное. Цензура советского этапа скрывала факты настолько, что наши предшественники многое не смогли опубликовать, из-за цензуры (в принципиальных вопросах теологии, истории исламской этики в этнопедагогике), тогда, за «железным занавесом», ученые СССР, вынуждены были игнорировать трансконтинентальные культурные исторические связи, которыми на самом деле была богата Великая Степь, и т.п. Словом, современная ситуация актуализирует аналитическую миссию научных работников, практиков СМИ, ждет своих исследователей и культурная антропология, неразвитая в Центральной Азии научная отрасль.

#### Литература

1. Нуржанов Б.Г. Национализм и национальная идея. // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Серия «Философия, культурология, социология», 2007, № 4. Его же. Нация, конституция, государство: компоненты национальной идеи. // Материалы межд. круглого стола «Традиции и инновации казахской культуры». Алматы, 2007.

2. Токаев К.-Ж.К. Свет и тень: очерки казахстанского политика. М.: Восток-Запад, 2008. Его же. Преодоление. Очерки дипломата. – М.: ЦІНГ, 2009.
3. James P., Nairn T. Introduction: Mapping Nationalism and Globalism // Nairn T., James P. Global Matrix. Nationalism, Globalism and State-Terrorism. – London, 2005, p. 47
4. Smith A. Nationalism. Theory, Ideology, History. Cambridge, 2001, p. 22. В 1931 году «Нации и националы» назвал статью Смагул Садвокасов.
5. Азаттық радиосы транслирует в «прямом» эфире заседания партий «КПК» и «ОСДП»: [https://www.facebook.com/azattyq/videos/2216796338370140/?notif\\_id=1556251579463718&notif\\_t=live\\_video](https://www.facebook.com/azattyq/videos/2216796338370140/?notif_id=1556251579463718&notif_t=live_video)
6. Из политологов, в СМИ, соцсетях, чаще ссылаются на мнение А. Чеботарева, Д. Сатпаева, Р. Жумалы, и эти молодые профессиональные политологи и приравненные к ним, так же стали «лидерами общественного мнения», благодаря соцсетям.
7. Касымжанов А. Стелы Кошо-Цайдама. – Алматы, 1998. – С. 79.

**Аннотация.** Основной тезис данной статьи заключается в суммировании наблюдений за социальными, точнее, электоральными, настроениями населения в мегаполисе Алматы и республике, через социальные сети, а также в обобщении суждения о роли Интернета в формировании национальной/институциональной идентичности на примере одного из государств Центральной Азии. Увы, даже дипломированные ученые-обществоведы путаются в дефинициях «идентичность» и «этничность». Тогда как есть оригинальные публикации зарубежных и отечественных корифеев, зачем же «изобретать колесо» и о мифологии в истории, как предтече современных PR- и политтехнологий.

**Ключевые слова:** электорат; постмодернизм; Казахстан; Центральная Азия; идентичность; мифы; история.

**Mukanova G.K.**

### **Institutional Identity and Political Technology in Central Asia, PR- and Media Role**

**Abstract.** The main thesis of this article is to summarize observations of social, electoral, population sentiments in Almaty and the republic through social networks, as well as to generalize judgment about the role of the Internet in shaping national / institutional identity, using the example of one of the Central Asian states. Unfortunately, even certified social scientists are confused in the definitions of “identity” and “ethnicity.” Then, as there are original publications of foreign and domestic luminaries, why “reinvent the wheel”. And a little about mythology in history, as a forerunner of modern PR and political technologies.

**Key words:** electorate; postmodernism; Kazakhstan; Central Asia; identity; myths; story.

**Муқанова Г.К.**

**Орталық Азиядағы институциялық сәйкестік және саяси технологиялар, PR- және БАҚ рөлі**

**Андатпа.** Осы мақаланың негізгі тезісі әлеуметтік желілер арқылы Алматыда және жалпы республикамызда халықтың әлеуметтік, сайлау, көңіл-күйлері туралы ескертулерді жинақтап, сондай-ақ ұлттық / институционалдық сәйкестікті қалыптастырудағы Интернет рөлін талқылау. Қазақстан Орталық Азия бірегей мемлекеттерінің болғанымен, өкінішке орай, кейбір әлеуметтік ғалымдар «өзіндік» және «этностық» түсініктерін шатастырады. Алайда, шетелдік және отандық данышрандардың түпнұсқалы басылымдары бар болғандықтан, неге «дөңгелекті қайта ойлап шығарамыз». Тарихтағы мифология туралы, қазіргі заманғы PR- және саяси технологиялардың алғышарты ретінде сөз қозғалады.

**Түйін сөз:** электорат; постмодернизм; Қазақстан; Орталық Азия; сәйкестік; мифтер; тарих.

Нода Л.П., Бердигожина З.Ш.

### **Дом Муз, или Public relations: основные направления взаимодействия школьного музея с обществом**

Что такое public relations: «связи с общественностью – это практика управления информационным потоком между организацией и ее аудиториями» [1].

Деятельность школьного Музея боевой и трудовой славы алматинской тридцать второй школы включает в себя разные стороны духовной жизни общества, сохранение культурных ценностей, исторической памяти, развитие личности учащихся. Именно поэтому музею необходимы отношения сотрудничества с широкой общественностью, обмен опытом.

Собирать коллекцию музея – огромный труд. «Нельзя экономить на содержании музеев, архивов, публикации документов и одновременно требовать от исторической науки выполнения ею социальных функций» [2].

Школьный музей, прежде всего, учреждение культуры. В чем заключается уникальность миссии школьного музея?

Всего за пять лет собрано более 250 экспонатов. Это и всевозможные фотографии, и личные вещи выпускников школы разных лет, и статуэтки с образами выдающихся деятелей, и старая школьная форма, и множество давнишних канцелярских товаров, которыми пользовались предыдущие поколения школьников. На видном месте – знамя, горн, барабан, атрибутика пионерских отрядов прошлого века.

Первый экспонат пять лет назад принесла ученица 9 класса Ольга Табакова. Это коллективная фотография 2 класса «Праздник букваря. 1984 год». Вот с тех пор и пошло-поехало. Школьники сами несут старые вещи, ведь дома они пылятся, а здесь их увидят все.

Особая гордость музея – 56 подлинных экспонатов времен Великой Отечественной войны: шлем танкиста, повестка в райвоенкомат, похоронка на участника войны, письмо с фронта родственникам, полевая сумка офицера.

Каждое 1 сентября с торжественной линейки мы ведем первоклашек в музей школы: чтобы видели!

В год проводится в музее более десяти масштабных мероприятий. Это музейные уроки, семинары, встречи с выдающимися людьми, экскурсии, делаем научные проекты.

Сегодня музей боевой и трудовой славы в школе – хранитель социальной памяти, аккумулятор историко-культурных процессов, действующее лицо в социокультурном пространстве, активный участник формирования исторического сознания и патриотического воспитания. Музей боевой и трудовой славы по праву можно назвать просветительский центр школы.

**Основными направлениями взаимодействия музея с обществом являются:**

- проведение и участие в семинарах и конференциях по музейной тематике;

- сотрудничество с городскими музеями – музеем имени Д.А. Кунаева, Иссыкским национальным музеем-заповедником;

- встречи с известными людьми;

- связь с районным и городским Советами ветеранов, с координационным Центром совета ветеранов войны в Афганистане и локальных военных конфликтов;

- ведение страниц музея в социальных сетях,

- сотрудничество со СМИ, с республиканским информационно-методическим журналом «Открытая школа», с республиканской газетой «Дружные ребята»;

- участие в международных акциях, конкурсах;

- сотрудничество с другими музеями, вузами, библиотеками;

- сотрудничество с международными организациями.

Для чего необходимы музею соцсети? Чтобы узнавать музейные новости во всего мира, делиться своими новостями и достижениями, обмениваться опытом, привлекать внимание общественности. Социальные сети способствуют продвижению музея как культурного объекта. Важность социальных сетей для школьного музея неоспорима. Сегодня не вызывает сомнения то, что для привлечения внимания общественности школьному музею необходимо присутствовать в социальных сетях – Facebook, Вконтакте, Одноклассники и др. У музея школы есть свой хештег – **#Музейшколы32Алматы.**

Сотрудничество со СМИ – это важная часть связи школьного музея с общественностью. Нас узнают благодаря публикациям на страницах республиканских газет – «Дружные ребята», «Казахстанская правда», «Новое поколение», «Время». Сотрудничество со СМИ способствует формированию положительного имиджа, активной пропаганде миссии музея. Приведем примеры публикаций в СМИ:

Информационно-методический журнал «Открытая школа».

Идеи Д.С. Лихачева в становлении и развитии школьного музея. Бердигожина З.Ш. №01 (182), январь 2019 г., с.68-70.

Школьный музей в социокультурном взаимодействии. Бердигожина З.Ш., Кабенова К.Т. №08 (169), октябрь 2017 г., с. 68-69.

Газета «Время».Наглядный урок. № 138 (2664), 5 сентября 2018 г., с. 6.

Общенациональная газета «Казахстанская правда». Бабушкин праздник. 28 октября 2016 г. с.25.

Газета «Время». Война окончена. Всем спасибо... №66 (2197), 5мая 2016 г., с.11.

Нода Л. Школьный музей// Дружные ребята. 2019. 7 мая.

В материале «Война окончена. Всем спасибо...» журналист Хельча Исмаилова, рассказывая о ветеранах Великой Отечественной войны отмечает: «С ребятами была замечательная учительница Зухра Шакиевна Бердигожина. Она правильно сформулировала для детей: человек, который мог каждую секунду погибнуть за наше счастливое будущее – герой. Ребята кивали и оглядывали жильё ветерана и, вполне вероятно, делали свои выводы, как в этом светлом будущем живут герои, которым на сегодняшний день больше 90 лет» [3].

В январе этого года ученики, активисты музея, приняли участие в Международной акции глобального Еврейского конгресса конкурсе «Память о Холокосте – путь к толерантности», посвященном Дню памяти жертв Холокоста.

Музей школы является площадкой проведения республиканской акции «Громкое чтение». Организаторы этого интересного направления – главный редактор республиканского информационно-методического журнала «Открытая школа» Лариса Алексеевна Попова и старший преподаватель КазНУ Лариса Павловна Нода. Совместно с республиканским педагогическим журналом

«Открытая школа» и журфаком КазНУ имени аль-Фараби в музее провели несколько масштабных мероприятий. Читали и обсуждали книги московских писателей – Ирины Краевой «Баба Яга пишет» и Сергея Георгиева «Моцарт». «Если писатель создает типические образы в своем воображении, то историк находит их в реальном прошлом, сравнивая и просеивая огромное количество фактического материала» [4].

Театр «Эйдос» КазНУ имени аль-Фараби провел совместно с музеем школы № 32 города Алматы несколько интересных тематических мероприятий, которые надолго запомнятся и самим учащимся, и тем взрослым, кому посчастливилось на них побывать. Последний из них – Пушкинский праздник, проведенный совместно с другими школами района [5]. Перед Пушкинским праздником активисты музея провели для гостей – студентов театра КазНУ «Эйдос» и учащихся других школ – экскурсию по музею. Сколько в этом было гордости, уважения к истории школы и страны.

В музее постоянно гости. Первоцелинница, Герой Социалистического труда Вера Васильевна Сидорова, писатель-сказочник из Москвы Валентин Лебедев.

Консул РФ в РК Ирина Владимировна Переверзева передала в дар музею книги, Министерство культуры России подарило репродукцию картины М. Грекова «Трубачи Первой конной армии», куклу художницы О. Феденевой «Опустели наши дворы». Гостем музея был и исполнял песни основатель, **бессменный лидер группы Motor-Roller** Ильяс Аутов. Рассказал о своей нелегкой работе Халык кахарманы Азамат Жумадилов. Военные летчики – участники всех праздников в музее.

Активисты музея – активные участники международных акций. Второй год активисты Музея принимают участие во Всероссийской Акции «200 минут чтения: Сталинграду посвящается», в Международной акции «Читаем детям о войне», организатором которой является Самарская детская областная библиотека.

В этом году впервые активисты музея, десятиклассники, приняли участие во Всероссийском историческом диктанте на тему событий Великой Отечественной войны – «Диктант Победы». Музей школы являлся единственной площадкой проведения исторического диктанта в Алматы.

Второй год музей является площадкой по проведению Тотального диктанта, международной акции по проверке грамотности по русскому языку.

Ученики десятых классов приняли участие в международном конкурсе юных чтецов «Живая классика». Активист музея Даниил Пакалин стал победителем конкурса.

Одиннадцатый год ученики школы, активисты музея принимают участие в Республиканском конкурсе сочинений «Хочешь быть журналистом?» факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби. И каждый год становятся победителями этого престижного конкурса, активно участвуют в работе ежегодного Форума юных корреспондентов на журфаке КазНУ.

Особую роль имеет взаимодействие музея с международной организацией Россотрудничество. Ежегодно активисты музея участвуют в Республиканском литературно-историческом конкурсе «Письмо с фронта», в разные годы пятеро учеников стали победителями конкурса и были награждены учебно-образовательной поездкой в Российскую Федерацию.

#### Литература

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика // <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook443/01/part-003.htm>
2. Методология истории: Учебное пособие для студентов вузов. – Мн., 1996. – С. 87-88.
3. <https://time.kz/articles/territory/2016/05/04/49207-vojna-okonchena-vsem-spasibo>
4. Методология истории: Учебное пособие для студентов вузов. – Мн., 1996. – С. 140.
5. У каждого свой Пушкин // АиФ. 2019. № 10-11. 13 марта

**Нода Л.П., Бердигожина З.Ш.**

**Дом Муз, или Public relations: основные направления взаимодействия школьного музея с обществом**

**Аннотация:** В статье рассматриваются основные направления деятельности школьного музея, отмечается важность популяризации работы музея через социальные сети.

**Ключевые слова:** музей, public relations, школьный музей, журналистика, сотрудничество.

**Нода Л.П., Бердигожина З.Ш.**

**Музикал үйі немесе қоғамдық қатынастар: мектеп мұражайының қоғаммен өзара әрекеттесуінің негізгі бағыттары**

**Аңдатпа:** Мақалада мектеп музейінің негізгі қызметі талқыланып, мұражай жұмысын әлеуметтік желілер арқылы насихаттау маңыздылығы туралы айтылады.

**Түйін сөздер:** мұражай, қоғамдық қатынастар, мектеп мұражайы, журналистика, ынтымақтастық

**Noda L.P., Berdigozhina Z.Sh.**

**House of Muses, or Public Relations: the main directions of interaction of the school museum with the society**

**Abstract:** The article discusses the main activities of the school museum, notes the importance of promoting the work of the museum through social networks.

**Key words:** museum, public relations, school museum, journalism, cooperation

Тахан С.Ш.

### **PR-деятельность по популяризации казахстанской культуры за рубежом**

Глобальная логика расширения информационного пространства поставила внутреннюю и внешнюю политику многих стран в прямую зависимость от содержания мировых новостей. Глобализация информационного процесса актуализирует проблему национальной идентичности, формирующейся через культурную принадлежность. Признание страны мировым сообществом прямо соотносимо с потенциалом ее культуры, с одной стороны, и с другой – содержание национальных традиций культуры является достаточным основанием для суверенного противостояния любым деструктивным веяниям извне в этой духовной сфере.

Независимый Казахстан на путях развития национальной государственности широко опирается на культурную традицию как важнейший фактор сохранения идущих из прошлого позитивных общественных ценностей, но вместе с тем с самого начала своего государственного суверенитета был принципиально открыт либеральным веяниям извне. Сочетание либеральных ценностей с традиционализмом в государственной политике способствовало консолидации казахстанского общества, сегодня в стране равное и свободное развитие традиций, языков и культур этносов стали жизненными приоритетами.

Важным фактором успешного развития и обогащения национальной культуры в Казахстане является ее «включенность» в мировые культурные тренды, в числе которых немало и российских, поэтому в продуктах художественного творчества, создаваемых современными казахстанскими авторами или творческими коллективами, мы нередко наблюдаем гармоничное отражение переосмысленных мотивов, красок, линий и всевозможных композиционных инноваций, заимствованных из артефактов, явлений театра или кино зарубежных стран, признанных мировым культурным сообществом оригинальными творческими открытиями.

Вместе с тем, на современном этапе особую актуальность для Казахстана приобретает общенациональная задача выхода отечественной культуры на международный уровень. На основе широкой политической платформы, сформировавшейся в результате успешного строительства национального государства, перед казахстанским обществом сегодня поставлены новые экономические, социально-политические и культурные задачи на будущее, изложенные в апреле 2017 года президентом страны, Лидером нации Н.А. Назарбаевым в его программной статье «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» [1].

В этом программном документе, получившем название «Рухани жаңғыру» (Модернизация общественного сознания), включающем в себя 6 ключевых направлений перспективного развития основных сфер жизни Казахстана, большое значение придается делу популяризации казахстанской культуры за рубежом. Пятое направление реализуемой программы – «Современная казахстанская культура в глобальном мире» призвано поднять на новый уровень развития внешний государственный PR Казахстана, посредством пропаганды достижений культуры ускорить продвижение положительного имиджа государства на международной арене.

Разные формы PR-продвижения современной казахстанской культуры были использованы на первой презентации Программы «Рухани жаңғыру» в Штаб-квартире UNESCO в Париже в октябре 2017 года [2]. Презентация включала в себя целый комплекс активных приемов PR, призванных обратить благожелательное внимание французской общественности на достижения современной казахстанской культуры. Организаторам презентации удалось создать атмосферу положительной эмоциональной заряженности, достигнутой благодаря тому, что в разных формах ненавязчивого коммуникативного взаимодействия с целевой аудиторией давали посетителям-французам возможность «почувствовать» все видовое и жанровое многообразие экспонируемых артефактов, показываемых сценических постановок, кино, индивидуальных и коллективных концертов как единый национальный культурный бренд народа Казахстана. Эта первая презентация Программы «Рухани жаңғыру» предстала интегрированной маркетинговой коммуникацией, эффективно способствовавшей

укреплению культурного имиджа Казахстана. Научно-практическая конференция «Модернизация общественного сознания: модель Нурсултана Назарбаева», организованная в рамках этой презентации, дала возможность посмотреть на процессы в сфере современной культуры Казахстана с позиций международных политических, социальных, научных и образовательных интересов. Тематические выставки, развернутые в павильонах Штабквартиры UNESCO в Париже, донесли до зрителя и слушателя большой массив информации о культуре, литературе, искусстве, образовательном и туристическом потенциале Казахстана. Концертные программы «Ұлы Дала сазы» (Мелодии Великой Степи) и «Astana Ballet – Salle pleyel» познакомили французов, гостей из других стран Европы, с неповторимыми степными мотивами и уникальной балетной хореографией казахов.

В ряду PR-средств презентация выделяется как универсальная форма представления аудитории проекта, программы, организации, персоны и т.п. В современной практике репутационного менеджмента презентация, признаваясь самостоятельной акцией с высокой степенью коммуникативной отдачи, вместе с тем нередко сочетается с выставкой, ярмаркой, конференцией, семинаром, деловой встречей и пр. Однако, в целях специальной конкретизации предмета обращения к общественности, в интересах предоставления аудитории расширенной информации о продвигаемом объекте, считается более целесообразным ограничиться собственно презентацией. Именно PR-продвижение программы «Современная казахстанская культура в глобальном мире» характеризуется преимущественным использованием метода презентации концепций, идей, достижений и результатов творческой работы.

В марте 2019 года в Лондоне Национальное бюро переводов Казахстана (НБПО) на площадке Лондонской книжной ярмарки провело презентацию концепций двух антологий казахской литературы на английском языке [3]. Совместными усилиями НБПО и издательского дома «Cambridge University Press» планируется издание до сентября текущего года произведений шестидесяти казахстанских авторов – 30 поэтов и 30 прозаиков на английском языке. Особый акцент на презентации был сделан на идее осознания англоязычными читателями стилового своеобразия казах-

ской поэзии и прозы, важности подобной переводческой работы в межкультурной коммуникации. Через месяц, в апреле 2019 года, на этой же на Лондонской книжной ярмарке прошла презентация книг классиков казахстанской литературы – «Красавица в трауре и другие истории» Мухтара Ауэзова, «Человек-олень» Оралхана Бокеева и «Избранные сочинения» Герольда Бельгера на английском языке. Переводчики Саймон Холлингсворт и Саймон Гейган сделали достоянием широкой англоязычной читательской общественности лучшие произведения Ауэзова, Бокеева и Г.Бельгера, что участниками презентации, руководителями крупных издательских домов Великобритании и присутствовавшими журналистами, было оценено как заметное явление в литературной жизни стран мира, в которых читают на английском языке.

Метод презентации доклада, посвященного определению задач и анализу возможностей достижения целей проекта «Современная казахстанская культура в глобальном мире», был выбран его куратором, заведующей отделом внутренней политики Администрации президента РК А. Балаевой. На основе насыщенного мультимедийного демонстрационного материала докладчик обосновала объективность отбора лучших произведений и исполнителей, выдвинутых представлять казахскую национальную культуру за рубежом, а также ясно сформулировала цели Программы по модернизации сознания «Рухани жаңғыру»: «С одной стороны, менять сознание широкой общественности. Демонстрация казахстанской культуры на мировой арене призвана изменить ее восприятие и отношение к ней в собственной стране. С другой стороны, менять сознание нашей творческой интеллигенции, воспитывая у нее стремление быть лучшими, достигать и превосходить мировые стандарты» [4].

Важнейшим инструментом продвижения достижений казахстанской культуры за рубежом являются выставки. С точки зрения теории связей с общественностью обращение субъектов PR-деятельности к этому действенному средству PR-коммуникации, особенно в международной среде, объясняется доказанной эффективностью выставок в обеспечении позитивного восприятия продвигаемого бренда, очевидным преимуществом PR-выставок в преувеличении репутационного капитала государства – бенефициара в использовании такого инструмента PR [5].

Освещение хода и результатов выставочных мероприятий культурной направленности в зарубежных государствах местными средствами массовой информации, как правило, является сопутствующим фактором усиления воздействующего эффекта на коллективное сознание целевой аудитории – посетителей выставок, профессиональных ценителей искусства, способных создать атмосферу устойчивого общественного интереса к инациональному содержанию экспонатов. Важным аспектом успешности PR-выставки на тему культуры является привлечение к участию в нем медийных личностей и видных арт-критиков, авторитетное и профессиональное мнение которых существенно приращает значение выставки как публичного события, ориентированного на широкий общественный резонанс. К примеру, на открытие московской выставки «Наследие Великой степи: шедевры ювелирного искусства» в апреле 2018 года, на которой были представлены уникальные экспонаты: золотые изделия из сакских курганов, датируемые VII–III веками до нашей эры, а также коллекция женских украшений из серебра, в которую вошли более 170 предметов ювелирного искусства XIX – середины XX веков, был приглашен Михаил Швыдкой, являющийся выдающимся популяризатором современной русской культуры в медиапространстве, авторитетным ученым-искусствоведом. Его оценка большой роли выставки в укреплении имиджа Казахстана в глазах россиян выразилась в его публичном признании, что «Золотой человек» – сакский воин в полном облачении – главный экспонат выставки, является «оберегом благополучного развития страны» [6].

Другой пример высокой оценки крупного эксперта в области живописи, данной картинам современных казахстанских художников на выставке в столице Турции, это мнение доцента кафедры изобразительного искусства Университета Гази Аббаса Кетиза: «Такие картины в технике графики уже продолжительное время у нас не рисуются. 20 лет назад в академии изобразительного искусства об этой технике рассказывали на лекциях. Как видно, техника «литография» в Казахстане сохранилась в прежнем виде... Посредством этих картин мы видим мир глазами казахстанских художников» [7].

Выставки в рамках проекта «Шествие Золотого человека по музеям мира» прошли в Казани, Минске, Баку, Сиане (Китай),

Гданьске и Сеуле. Выставочные экспозиции картин казахстанских художников конца XIX – начала XX века были открыты и работали в Берлине, Лондоне и Пекине. Все виды PR-выставок, осуществленных в рамках проекта «Современная казахстанская культура в глобальном мире», дали возможность современному казахстанцу глубже понять истоки своего национального кода, также способствовали расширению горизонта видения иностранным зрителем, придерживающимся эстетических критериев суждения о явлениях искусства на основе своей национальной принадлежности, перспектив уникального развития евразийской арт-сцены, прежде всего казахстанского искусства, отличающегося неповторимым сплавом европейских традиций с национально маркированными художественными формами.

В контексте множасьей международной информации об успехах последовательного PR-продвижения достижений казахстанской культуры за рубежом обращает на себя внимание феномен влияния концертов казахстанских артистов в разных странах на формирование доброжелательного отношения слушателей и зрителей к творческим исканиям в сфере эстрады, оперы и балета Казахстана. Такие PR-концерты, как демонстрация программы «Астана Балет Гала», в которую вошли образцы национальной хореографии в новой интерпретации, в Милане, Москве, Пекине, Париже, Вене других городах мира; выступление академического оркестра казахских народных инструментов имени Дины Нурпеисовой в Париже и большое количество других зарубежных концертных выступлений творческих коллективов и отдельных артистов – оперных певцов, скрипачей и пианистов из Казахстана, обеспечили высокую репрезентативность образов современной казахстанской культуры в инокультурных ареалах. Положительные эмоции от этих PR-концертов, вызванные ненавязчиво, формировали необходимое паблисити Казахстана как успешного государства.

Проанализировав основные преимущества разных форм PR-продвижения проекта «Современная казахстанская культура в глобальном мире», мы приходим к утверждению, что заметный успех в улучшении положительного имиджа Казахстана в мире во многом обусловлен качественным использованием методов и приемов Public relations, адекватных требованиям к PR-

деятельности в такой тонкой сфере общественного сознания, как культура.

### Литература

1. Назарбаев Н.А. Статья Главы государства Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания. URL: <http://kyzmet.gov.kz/ru/pages/statuya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya>. Размещено: 13.11.2017
2. Рухани жаңғыру» презентовали в штаб-квартире ЮНЕСКО. URL: [https://tengrinews.kz/kazakhstan\\_news/ruhani-jangyiru-prezentovali-v-shtab-kvartire-yunesko-328902/](https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/ruhani-jangyiru-prezentovali-v-shtab-kvartire-yunesko-328902/)
3. Современная казахстанская культура презентована на Лондонской книжной ярмарке-www: Современная казахстанская культура презентована на Лондонской книжной ярмарке. URL: <http://www.mfa.gov.kz/ru/london/content-view/sovremennaa-kazahstanskaa-kultura-prezentovana-na-londonskoj-kniznoj-armarke>
4. Новый проект повысит конкурентоспособность казахстанской культуры в мире. URL: <https://365info.kz/2017/09/novyj-proekt-povysit-konkurentosposobnost-kazahstanskoj-kultury-v-mire>
5. В чем ценность выставок? Выставочная компания «ЕВРОЭКСПО». URL: <https://www.euroexpo.ru/articles/v-chyom-cennost-vystavok/> (дата обращения: 20.04.2019).
6. Москва открывает для себя «Золотого человека». URL: <http://www.mfa.kz/ru/moscow/content-view/moskva-otkryvaet-dla-seba-zolotogo-celoveka>
7. Более 30 работ казахстанских художников представлены на выставке в Анкаре-www: Более 30 работ казахстанских художников представлены на выставке в Анкаре. URL: <https://24.kz/ru/news/culture/item/278137-bolee-30-rabot-kazahstanskikh-khudozhnikov-predstavleny-na-vystavke-v-ankare>

**Аннотация.** В статье находят освещение вопросы PR-продвижения современной казахстанской культуры в глобальном мире в целях повышения положительного международного имиджа Казахстана. На материале анализа структурно-содержательной составляющей используемых в этом направлении форм PR-деятельности делается вывод о предпочтительности метода презентации концепций, идей, достижений и результатов творческой работы. Обращается также внимание на эффективность PR-выставок картин, артефактов декоративно-прикладного искусства в приумножении репутационного капитала государства. Автор дает свое объяснение феномену влияния PR-концертов казахстанских артистов в разных странах на формирование доброжелательного отношения слушателей и зрителей к творческим исканиям в сфере эстрады, оперы и балета Казахстана.

**Ключевые слова:** национальная культура, модернизация общественного сознания, презентация, выставка, PR-концерт

**Abstract.** The article looks into the issues of PR-promotion of modern Kazakhstan culture in the global world intended to enhance Kazakhstan's positive international image. Based on the analysis of the structure and content of the forms of PR activities used in this direction, the author concludes that presentations of concepts, ideas, achievements and results of creative work are the more preferred method. Attention is also paid to the effectiveness of PR exhibitions of fine and applied art in increasing the country's reputation capital. The author explains the phenomenon of the influence of PR concerts of Kazakhstan artists in different countries on the formation of a benevolent attitude of listeners and viewers to Kazakhstan's creative searches in variety art, opera and ballet.

**Key words:** national culture, modernization of public consciousness, presentation, exhibition, PR concert

**Андатпа.** Мақалада Қазақстанның өз имиджін арттыру мақсатында жаһандық әлемде қазіргі қазақстандық мәдениеттің құндыдықтарын PR-ілгерілету мәселелері баяндалады. Осы бағытта қолданылатын PR-қызмет нысандарын талдау арқылы жаңа идеяларды, шығармашылық жұмыстардың жетістіктері мен нәтижелерін таныстыру мақсатында презентация тәсілінің ұтымдылығын баса дәлелдейді. Сондай-ақ, мемлекеттің беделдік капиталын арттырудағы PR-көрмелерінің тиімділігіне назар аударылады. Автор қазақстандық әртістердің түрлі елдердегі PR-концерттерінің Қазақстанның эстрада, опера және балет саласындағы шығармашылық ізденістерге тыңдаушылар мен көрермендердің тілектестік көзқарасын қалыптастыруға әсер ету феноменіне түсініктеме береді.

**Түйін сөздер:** ұлттық мәдениет, рухани жаңғыру, презентация, көрме, PR-концерт.

УДК 372.851.02, УДК 372.800.4.02

Хакимова Т., Спабекова Ж.

## Қазақстандағы жасыл технологиялар

### Жасыл технологиялар

Оқыту үдерісін және жоғары оқу орнын басқаруда ақпараттық технологиялардың алатын орны ерекше. Жасыл технологиялар (ағыл. *green technology*) – қоршаған орта мен табиғи ресурстарды қадағалау, модельдеу, сақтап қалу және адами теріс әсерлерді алдын алуға бағытталған экология ғылымы, химия, экологиялық мониторинг және электрондық құрылғылардың қолданылуын білдіреді. Сондай-ақ, бұл термин жел генераторлары, биореакторлар және тағы сондай сияқты орнықты энергия өндіру технологияларын сипаттауға қолданылады[1].

### АҚТ жасыл технологиясының мақсаттары

Қоғамның табиғи ресурстарға зиянын тигізбестен және зиянсыз болашаққа шексіз түрде жалғастыра алатын жолмен қажеттіліктерін қанағаттандыру, және қажеттіліктерін қамтамасыз ету.

– Өндірілген өнімдердің аяқтаған қайталауын, толықтай толтыруға немесе қайта пайдалануға болатын өнімдерді жасау арқылы аяқтау.

– Дереккөздерді қысқарту – өндіріс пен тұтынудың үлгілерін өзгерту арқылы қалдықтарды азайту.

– Инновация – технологияларға балама – қазба отындары немесе химиялық қарқынды ауыл шаруашылығы – денсаулығына және қоршаған ортаға зиян тигізетіндігі көрсетілген және осы мәселені алдын алу.

– Қоршаған ортаға пайда әкелетін технологиялар мен өнімдер айналасында экономикалық белсенділік орталығын құру, оларды іске асыруды жылдамдату және әлемді шынымен қорғайтын жаңа мансаптарды құру.

«Жасыл технологиялар» – табиғи ресурстарды сақтауға және жерді ұтымды пайдалануға, қазып алынатын отынды тұтынуды қысқартуға бағытталған технологиялар; өнімдерді қайта өңдеу мен қайыра пайдалану және қалдықтарды іске жарату, қалпына

келтірілетін энергия көздерін пайдалану, энергияны үнемдейтін компьютерлік жүйелерді әзірлеу жүйесі [2]. Инновациялар негізіне тұрақты даму принциптері мен қайталама ресурстарды пайдалану. Жалпы тәсіл қол жеткізуді көздейді, олардың басты мақсаты – келеңсіз әсерін төмендету. «Жасыл технологиялар» ортаға оның санының азаю есебінен қалдықтарды энергия тиімділігін арттыруда, дизайн көлемінің тұтынылған ресурстарындағы салалары:

– жалпы экологиялық басқару (қалдықтарды басқару, ластануды, суды, ауаны, жерді қалпына келтіруге және т. б.);

– өндіру энергия жаңартылатын энергия көздерін (күн энергиясы, биоотын және т.б.), жұмсарту, климаттың өзгеруі, атмосфераға зиянды шығаруларды төмендету және арттыру, отын тиімділігін, сондай-ақ ғимараттарда энергия тиімділігін және жарықтандыру аспаптары. Іс жүзінде «жасыл технологиялар» экономиканың барлық салаларды қамтиды: энергетика, өнеркәсіп, көлік, құрылыс, ауыл шаруашылығы және т.б. Мысалы: әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің магистранттарына академиялық ұтқырлық бағдарламасы бойынша бір семестрге 10 орын бөлуге дайын екендігін жеткізді[3]. Тараптар ғылыми зерттеулерді, ғылыми-техникалық ақпарат пен техникалық өнімдерді алмасуды, семинарлар мен көрмелерді ұйымдастыру мен өткізуді, мақалалар мен монографияларды, сондай-ақ ортақ баяндамаларды жазу мен жариялау және тағы басқа да шараларды атқаруды жоспарлады.

**«Жасыл» экономиканы дамытудың жетінегізгі бағыттары:**

**Бірінші бағыт** – жаңартылатын энергия көздерін енгізу. Пайдалы қазбаларды ары қарай сақтау туралы мәселе орасан ауқымға ие болады. Біздің мемлекет табиғи қорлары өте бай ел ретінде танылған. Мұнай, газ – бүкіл дүние жүзінде ең ірі энергетикалық қорлардың бірі ретінде сыныпталады, бірақ тіпті олардың өзі уақыты келгенде сарқылады, демек өмір үшін жаңа ресурстар табу қажет. Бұл ретте Қазақстанның жақсы экожүйеге, жер қыртысына және орманға ие болуы айғағы басқа елдер алдындағы өзінің ұстанымын айтарлықтай арттырады.

**Екінші бағыт** – тұрғын үй-коммуналдық шаруашылығындағы энергия тиімділігі. Қалалық тұрғын үй қорының маңызды

бөлігі кеңестік дәуірден кейінгі уақытта салынғандықтан, тұрғын үй кешендерінің көпшілігі тиімсіз жылу изоляциялық құрылымдармен және жылумен қамтамасыз ету жүйелерімен жабдықталған, ол маңызды жылу шығындарына алып келеді. Қазіргі уақытта Қазақстанда жылумен қамтамасыз ету аспаптарының жұмысының істен шығуы саласындағы іс-шараларды жүзеге асыратын энергия сервистік компаниялары әрекет етеді.

**Үшінші бағыт** – ауыл шаруашылығындағы органикалық егін шаруашылығы. Бірінші кезекте бағыттың аталмыш түрі әр түрлі азық қоспаларынан, синтетикалық тыңайту өнімдерінен (пестицидтерден) бас тартуды қарастырады. Дақылдық өсімдіктердің шығымдылығын, өсуін қамтамасыз ету үшін органикалық тыңайтқыштарды пайдалану туралы сөз болып отыр. Ауыл шаруашылығын «көгалдандыру» табиғи қорларға зиян келтірместен, халыққа азық-түлікті қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Қазақстан мынадай бағыттар бойынша әрекет етуді жоспарлайды:

- жердің құнарлылығын басқару;
- суды тиімді пайдалану;
- өсімдіктер және жануарлар денсаулығын басқару;
- фермаларды механикаландыру.

**Төртінші бағыт** – қалдықтарды басқару жүйесін жетілдіру. Қалдықтарды басқару мәселесі ерекше танымалдылыққа ие болды. **Лас көшелер, үйінділер және қандай да бір болып жатқанға бақылаудың жоқтығын жиі кездестіресіз.** Қалыптасқан жағдайларға байланысты қалдықтарды өндірістік өнімнің **қайталама өнімі ретінде пайдалану ұсынылған.** Осылайша, мысалы қатты тұрмыстық қалдықтарды кешенді қайта өңдеу және балама отынды алу технологиясы Алматыда іске асырылуда.

**Бесінші бағыт** – су қорларын басқару жүйелерін жетілдіру. Су адамзаттың өмір сүруін және экожүйелердің тұтастығын қамтамасыз етудің шешуші табиғи құрылымы болып қала береді. Осыған байланысты су қорларын тиімді пайдалану орасан ауқымға ие болатын мәселе болып қала береді.

**Алтыншы бағыт** – «таза» көлікті дамыту. Қазақстандағы тасымалдардың көпшілігі дизелде/бензинде жүргізіледі. Қазіргі уақытта тасымалдардың басым бөлігі бензин (дизель) негізінде

жүзеге асырылады. Бірінші кезекте бұл парник газдарының жоғары шығарындыларына жағдай жасайды.

**Жетінші бағыт** – эко жүйелерді сақтау және тиімді басқару. Осы бағыттағы қызмет басты түрде біздің елдің бірегей табиғат байлығын сақтауға бағытталған «Жасыл» экономика бірінші кезекте экономикалық дамуға жағдай жасап және қамтамасыз етеді:

- ішкі жалпы өнімнің өсімі;
- елдің табыстарын ұлғайту;
- елдегі жұмыссыздық көрсеткіштерін азайта отырып, халық үшін жұмыс орындарын құру.

Дамыған елдердің ізінен келе жатқан Қазақстан да әлемдік трендтен қалмауды көздейді. Бүгінде көмір сутегі экономикасы дәуірінің бірте-бірте аяқталып, төртінші өнеркәсіптік революция дәуіріне қадам басып келе жатқан кезең. Жаңа технологияларды ілгерілету – бүгінгі бәсекелестіктің де өзегі. Адамның мұқтаждығынан шығаратын, алысты жақындатып, баяуды тездететін, ауырды жеңілдететін де – адам ақыл-ойының жемісі. Осындай ой жемісінің нәтижесінде дүние дамуында өнеркәсіптік революциялар бірінің орнын бірі басты. «Өткенге өкпе жоқ, келерден үміт көп» – демекші, көмір сутегі экономикасының аяқталып, әлем жаңғыртпалы қуат көздеріне көшуде. Заманның талабына орай еліміз бұрынғы кеңестік республикалар арасында тұңғыш рет Астанада «Болашақтың энергиясы» тақырыбында «ЭКСПО-2017» халықаралық көрмесі өтті. «EXPO – 2017» халықаралық көрмесі Қазақстан Орталық Азия мен ТМД елдері ішінен бірінші болып осы айтулы шараны қолға алу бастамасына ие болды. Елорданың көрмеге ұсынған тақырыбы – «Болашақтың энергиясы». Демек, ірі шара энергияның баламалы көздері мен «жасыл» технология мәселесіне арналған. Бұл көрменің ең маңыздылығы сол, әлемге қазақ атын кеңірек таныту. Бүгінде әлем елдері энергия тапшылығын сезінуде. Қазақстанда баламалы энергияны өндіру батыл қадамдарға жетелейді. Еліміздің барлық өңірлерінде табиғи энергия көздерін алуға мүмкіндік мол. Оның ішінде күн, жел, энергетикалық ресурстар, теңіз, мұхит ресурстары бар. Бұл «Болашақ энергиясы» атты көрме аясында Астанада ең озық әлемдік технологияларды енгізуге және энергетикалық тиімді бағдарламаларды іске асыруға мүмкіндік береді. Осы орайда Қызылорда облысында

да жергілікті атқарушы органдар тарапынан тиісті жұмыстар басталды. Шағын және орта бизнес субъектілерін кеңінен тартып, тұрмыстық қатты қалдықтарды заман талабына сай кәдеге жарату және қайта өңдеуде кәсіпкерлерге белсенді қолдау көрсетілуде. Нақты кезеңде облыстағы бірқатар кәсіпкерлер тұрмыстық қатты қалдықтардан шатыр жамылғысын (черепица) және жаяу жүргіншілер жолына арналған төсеніштер (брусчатка) жасап шығаруда. Сондай-ақ, Рисмаш шағын ауданында орын тепкен «Smart Rubber» ЖШС кәсіпорны автокөліктердің жарамсыз дөңгелектерінен резеңке ұнтақтары мен тамшылатып суаруға арналған түтіктер шығарып, нарыққа шығаруда. Қазіргі таңда көне дөңгелектер ұнтағынан жасалған жер асты резеңке түтіктерін астаналық компаниялар сатып алуда. Бұған қоса, мемлекеттік-жекеменшік әріптестік аясында Қызылорда қаласында тұрмыстық қатты қалдықтарды сұрыптау кешені және полигон құрылысын салу жоспарланып отыр. Сонымен бірге, қалдықтарды басқару мәселесін кезең-кезеңімен шешеді. Осы ретте, полигондарды экологиялық және санитарлық талаптарға сәйкестендіру мақсатында облыстық бюджеттен полигон құрылысына қаржы бөлінуде. Осындай шараларды жүзеге асыру арқылы біз өңіріміздің экологиялық ахуалын жақсартып отырып, шағын және орта кәсіпкерлікті барынша дамытуға жол ашылды.

### **Қорытынды**

АҚТ-дағы жасыл технологиялардың пайдасы өте зор. Болашақ ұрпақтың да адамзат өмірінің де пайдасына тигізер үлесі мол. Қазіргі кезде адам санының көптігіне байланысты және пайдалы қазбаларды және табиғаттағы ормандар саны да азайып болашақ ұрпаққа жетпей қалуы мүмкін деген болжамдар бар. Осы технологиялар арқылы қоршаған ортаны зиянды қалдықтардың және табиғаттағы байлықты сақтауымызға да тиімді. Сонымен қатар медицинаға да тигізер үлесі зор. Негізгі бағыттары оның «экологияландыру» – энергия тиімділігін арттыру және дамыту, жаңа энергия көздерін, бірінші кезекте жаңарту. Жасыл технологиялар орталықтары Ақмола, Алматы, Жамбыл, Қарағанды, Қостанай, Павлодар, Солтүстік Қазақстан облыстарында орналасқан[4]. Астанадағы өткен Халықаралық көрме Қазақстанның жасыл экономикаға трансформацияланып дамудың тағы бір жоғары сатысына көтерді.

**Әдебиеттер:**

1. <https://kk.wikipedia.org>
2. <http://group-global.org>
3. [www.kaznu.kz](http://www.kaznu.kz)
4. <http://okg.kz>
5. Истрофилова О. И. Инновационные процессы в образовании: Учебно-методическое пособие. – Нижегородск: Изд-во Нижегород.гост.ун-та, 2014. – 133 с.
6. Хакимова Т.Х. Инновационные методы обучения информатике (учебное пособие). ISBN9965-830-45-2. Издательство «NURPRESS». – Алматы, 2013. – 270 с.

**Аңдатпа.** Қазақстан экономикасының сапалы жаңа «жасыл» технологиялық құрылысқа көшуіне және 2050 жылға дейін елде энергияның баламалы және жаңартылған түрлеріне тұтынылып отырған барлық энергия көздерінің тең жартысы көшуі қажетті. Білімгерлердің жаңа технологияларды қолдануда, технологиялық жетістіктерге негізделген ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалануын қалыптастыру, жоғарғы оқу орынында ақпараттық-коммуникациялық технологияларды негізгі бағдарламалық-әдістемелік кешенін қолдану.

**Abstract.** The transition of the Kazakh economy to a qualitatively new “green” building, to a renewed technological alternative energy sources, should until 2050. The use of new technologies by students, in information and communication technologies based on technological advances and the formation of a communication and methodical complex.

**Key words:** Innovation, information and communication technologies, “green” technologies, personal computers, ecology, chemistry, environmental monitoring, electronic devices.

**Аннотация.** Переход казахстанской экономики на качественно новое «зеленое» строительство, по обновленным технологическим и альтернативным источникам энергии должен произойти до 2050 года. Применение новых информационно-коммуникационных технологий, основанных на технологических достижениях вводится сейчас в стране.

**Ключевые слова:** Инновация, информационно-коммуникационные технологии, «зеленые» технологии, персональные компьютеры, экология, химия, мониторинг окружающей среды, электронные устройства.

Шыңғысова Н.Т., Балымбетов Б.Д.

### Қазақстандық БАҚ-та SMM және digital стратегиялардың қолданылу мәселелері

Бүгінгідей жаңа технологиялардың қарыштап дамыған дәуірінде жаңа трендтерді жедел қабылдап, бәсекеге қабілетті болу, өзгерістерге тез бейімделіп, ұлттық құндылықты сақтап қалу маңызды. Әлемдегі дамыған мемлекеттердің саясатын сараласақ, цифрландыруды мемлекеттік саясатының басым бағытына айналдырған елдердің экономикасы ұтымды жолға қойылған.

Қазіргі кезеңде дәстүрлі медиа, соның ішінде баспасөз digital технологиялардың мүмкіндіктерін пайдалана отырып, жаңа интернет платформаға өтуде. Бұқаралық ақпарат құралдарында бұл өзгерістер күрделі процестермен қатар жүреді. Жаңа медиа мультимедиа, интерактивтілік, ақпарат тарату және ақпарат берудің бұрын-соңды болмаған жылдамдығы және басқа да шексіз артықшылықтарымен көрініс тапса, дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары ауқымды және өтпелі дағдарыспен бетпе-бет келуде. БАҚ зерттеушілері замана ағымына баға беріп, жаңа медиа туралы еңбектер жазып, пікірталастар өрбітуде. Бір тарап дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының болашағы жоқ деген пікір айтса, В. Бафетт бастаған ғалымдар дәстүрлі медианың жаңа заман талаптарына сай өзгерсе қайта жанданатынын, дәстүрлі медианың мазмұндылығын алға тартады. Олардың пікірінше, жаңа заман адамы көз алдында болып жатқан оқиғаларға талдау жасайды, сондықтан дәстүрлі медианы тұтынушылар ешқашан жойылмайды. Қазақстанда осы екі үдерістің де қарқынды жүріп жатқанын байқауға болады. Сондықтан БАҚ-ты дамытудағы SMM және digital стратегиялардың рөлі қашанда маңызды. Digital-стратегиялар сайтты дамытуға бағытталған іс-шаралар жиынтығын, мобильді құрылғыларға және корпоративтік әлеуметтік желілерге арналған қосымшаларды біріктіреді. Цифрлық стратегияның ықпалы аудиторияның көлемін арттырып, брендті қалыптастыруға көмектеседі. Әлеуметтік

желілер БАҚ аудиториясын арттыруға (жаңа көрермендерді, оқырмандарды тарту), аудиторияға бренд туралы ақпарат беруге, мақсатты аудиториямен кері байланыс орнатуға, жарнама жасауға, сайтқа трафикті арттыруға ықпал етеді. Тек әлеуметтік желілерді контентке сәйкес тиімді таңдап, аудиторияның қандай ақпаратқа мұқтаж екендігін анықтау қажет.

Қазіргі таңда ешқандай компания веб-сайтсыз нарықта табысты қызмет ете алмайды. Бұл аудиторияға ақпарат берудің құралы ғана емес, клиенттермен қарым-қатынас жасаудың тәсілі. Медиа сайттың ең қарапайым әрі жеңіл түрі сайт-визитка болып табылады. Оның басты мақсаты – аудиторияға компания туралы қысқаша ақпарат беру. Онда компания туралы барлық қажетті мәліметтер бар, жаңа жобалар туралы хабарландырулармен, PDF форматында сақталған басылымдармен танысуға болады. Бұл әдісті аймақтық газеттер мен журналдар жиі колданады. Бұл сайтқа кірушілерге ілгекті сақтауға мүмкіндік береді, әрі оқырмандар, көрермендер мен тыңдаушыларға қарағанда жарнама берушілер үшін көбірек пайдалы. Медиа сайт кез келген жағдайда интерактивті және жанды болуы керек. Кез келген адам өзін қызықтырған барлық ақпаратты алып, кері байланыс орната алуы тиіс.

Әлеуметтік желілердегі маркетинг (ағ. Social Media Marketing, SMM) – бұл толыққанды маркетинг болып саналса, Social Management маркетинг коммуникация стратегиясының ең маңызды бөлігі. Бұл әлеуметтік желілерде компания немесе брендті насихаттауға бағытталған және басқа бизнес-мәселелерді шешуге арналған қызметтер жиынтығы. SMM терминіндегі «маркетинг» сөзі бұл ұғымға сәйкес келе бермейді. Себебі SMM жеке тұлғаның немесе ұйымның имиджін көтеруге бағытталған үлкен маркетингтік компанияның бір бөлігі болып саналады. Яғни, дәлірек түсінігі – әлеуметтік желілерде насихаттау. Social media promotion, SMP – әлеуметтік желілер арқылы болашақ тұтынушымен байланыс жасау.

Әлеуметтік желілер арқылы жіберілетін ақпараттар өнімнің немесе қызметтің сапасы туралы болашақ тұтынушыларға көбірек сенім ұялатады деп саналады. Әлеуметтік желілерде жарнама жасау мақсатты аудиторияны таңдап, қызмет немесе өнімге тікелей қызығушылығы бар адамдармен тікелей бай-

ланыс жасауға мүмкіндік береді. Басқа жарнама құралдарынан артықшылығы – қызығушылығы жоқ адамдарға артық шығын жұмсалмайды.

Әлеуметтік желілерде ілгерілету тек тауарлар мен қызметтерге ғана қатысты емес. Бұл технологияны бұқаралық ақпарат құралдары да белсенді пайдаланады. Олар әлеуметтік желілерде өз парақшаларын ашып, жаналықтарды орналастыру арқылы өз оқырмандарын жинайды. Сондай-ақ SMM көмегімен оқырман және оқылым санын талдауға үлкен мүмкіндік бар.

Әлеуметтік желілердегі маркетингтің негізгі мақсаты – брендті алға жылжыту, оқырмандардың санын арттыру болып табылады. SMM-нің құралдары әлеуметтік желілерде блогтар жүргізу, әр түрлі қауымдастықтардағы ақпараттық хабарламалар, жазылған пікірлерге жауап беру, жасырын маркетинг, тікелей жарнама және вирустық маркетинг, оң және теріс көңіл-күйді бақылау, медиа кеңістікті оңтайландыру болып табылады. Әлеуметтік желі маркетингінің қызметі сан-салалы: әлеуметтік желіде компания парақшаларын құру, блог жүргізу, абырой-бедел менеджменті, жеке брендинг т.б. SMM – бұл динамикалық үдеріс болғандықтан, аудиторияның өзгеріп отыратын мүдделерін және жаңа үрдістердің пайда болуын қадағалап, уақыт көшіне ілесіп отыру маңызды.

SMM-нің негізгі үш стратегиясы бар:

- Ағымдағы брендті ілгерілету мақсатында әлеуметтік желілерде парақшалар ашу;
- Өнімдерді тікелей сату және танымалдылықты арттыру мақсатында жарнамалық құралдар мен әдіс-тәсілдерді пайдалану;
- Аралас стратегия.

Көптеген ғалымдар сүйенетін классикалық SMM стратегиясы келесідей ұстанымдардан тұрады:

1. Мақсаттар мен міндеттерді анықтау;
2. Әлеуметтік желілердегі брендтің ағымдағы жағдайын талдау, сондай-ақ бәсекелестерді анықтау;
3. Әлеуметтік желілерде брендтің мақсатты аудиториясын анықтау;
4. Брендті ілгерілету үшін негізгі платформаларды таңдау;
5. Әлеуметтік желілерде Tone of voice айқындау;
6. Рубрикатор;

7. Визуалды таңдау;
8. Ақылы құралдарды пайдалану арқылы ілгерілету стратегиясы;
9. KPI.
10. Жұмысты талдау және есеп беру.

SMM-мамандар контент жоспар құру стратегиясын әзірлейді. Мақсатты аудиторияны, мінез-құлқын, тұтынушы сатып алатын өнім немесе қызметті анықтап, аудиторияның қызығушылықтарын зерттейді. Тұтынушылардың пікірін талдап, мақсатты аудитория көп шоғырланған сайтты таңдайды. Әлеуметтік желілердің жалпы стратегиясын жасап, құралдар мен арналарды таңдайды, клиенттерге сенім ұялату жүйесін құрып, SMM әсерін анықтайды, SMM қызметін компанияның жалпы маркетингтік стратегиясына ықпалдастырады. Сондай-ақ әлеуметтік желілерге жарияланымдар орналастыру, конкурстар өткізу т.б. да қызметтермен айналысады.

SMM-стратегия өте күрделі болғандықтан, SMM-мамандардың қызметі сан-салалы: жоба жетекшісі, контент менеджер, копирайтер, дизайнер/motion-дизайнер, модератор, комьюнити-менеджер, таргетинг, фотограф /видеография, SERM – компания беделін басқару.

Әлеуметтік желілердегі өнімділіктің тікелей және жанама көрсеткіштері бар. Тікелей көрсеткішке ай сайынғы өсу көлемі, топтың жаңа мүшелерінің немесе жаңа абоненттердің саны, сондай-ақ бренд пен жарияланымға деген қызығушылық дәрежесі, жаңа қосылған оқырмандардың бұрыннан бар оқырмандармен пайыздық арақатынас көрсеткіші жатады.

Жанама көрсеткішке әлеуметтік желіден сайтқа кірген пайдаланушылар саны жатады. Әлеуметтік желіні сайтқа пайдаланушыларды тарту көзі ретінде сипаттауға болады, ол төмендегі параметрлермен бағаланады:

- сайтқа әлеуметтік желілерден келген пайдаланушылардың жалпы саны;
- олардың сайтқа жұмсаған уақыты;
- қаралған беттер саны;
- қаралым уақытының ұзақтығы;
- арнадан шығу жылдамдығы;
- жаңа пайдаланушылардың пайызы.

Сайттың уақыты, қаралған беттер саны, қаралым уақытының ұзақтығы сайттың орташа көрсеткіштерінен кем болмауы керек. Шығу жылдамдығы сайттың орташа шығу жылдамдығына тең немесе одан аз болуы керек.

Әлеуметтік медиада БАҚ-ты насихаттаудың классикалық бизнесті насихаттаудан ерекшелігі бар. Бұқаралық ақпарат құралдарында оқырман мәтіннің мазмұнына қызығушылық танытады, мақалаларды және материалдарды зерттейді, содан кейін ғана басылымды әлеуметтік желілерде оқуға шешім қабылдайды.

Әлеуметтік желілердегі БАҚ-ты насихаттаудың ең тиімді құралы – сайтқа жазылу виджеттерін пайдалану және лайк басып, репостар жасау. Жазылым виджеттерін әрқалай орналастыруға болады, мәселен, жазбалардың сол жағы дәстүрлі түрде сайттағы ең көп қаралған аумақ болып саналады.

Жалпы БАҚ дамуындағы әлеуметтік желілердің пайдасы өте зор. Мәселен, радиода тыңдармандарды әлеуметтік желі арқылы да тартып, санын арттыруға болады. Мысалы «Дорожное» радиосында ойын-сауық, көңілашар, түнгі бағдарламалардың анонстары инстаграмдағы, фейсбуктегі әлеуметтік желілерге салынып отырады. «Жұлдызды сұхбат» сияқты бағдарламаларға келетін қонақтар, бағдарламаның тақырыбы туралы ақпараттар әлеуметтік желіге алдын-ала орналастырылады. Сонымен қатар тікелей эфирде бағдарлама болып жатса, оны әлеуметтік желінің тікелей эфирі арқылы көрсетуге болады. Бұл әдісті бүгінде «Zhulduz FM» радиосы қолданып жүр. Радиоға аудитория тартуға сайттардың да үлесі мол. Мәселен, радио конкурстар өткізу барысында рейтингті анықтап тұрады. Сондай-ақ әндердің де рейтингін сайттардан көруге болады. «Қай ән нешінші орында», «қандай ән бұл аптада көп сұралды» деген сауалдарға сайттардан жауап табуға болады. Алайда бүгінгі таңда әлеуметтік желілердің сайттардан басымдығы байқалады. Оқырмандар көбінесе әлеуметтік желілерге кіреді және сайттарды көп адам қарай бермейді. Сондай-ақ бұған гаджеттердің де әсері тиеді. Мысалы Iphone маркалы гаджеттер көп радио толқындарды ұстай бермейді. Ал Android смартфондарында бұл қолмен реттеледі. Бұндай кезде радионы сайт арқылы онлайн тыңдауға болады. Дегенмен сайттардан гөрі әлеуметтік желілерге көп басымдық беріліп

келеді. Мысалы ВКонтакте әлеуметтік желісінде «Zhulduz FM» оқырмандары өте көп, сол жерде бір-бірімен пікір алмасып жатады. Ал «Русское радио» инстаграм желісінде өте белсенді, тікелей эфирлерге жиі шығады. Шақырылған қонаққа да қоятын сұрақтарын әлеуметтік желі арқылы алады. Байқап отырғанымыздай, Қазақстандағы радиоарналар бүгінгі таңда жаңа технологиялардың мүмкіндіктерін пайдалануда. Жалпы қазақстандық радиоларды әлемдік радиомен салыстыра отырып қарайтын болсақ, барлық тенденцияларға қатар ілесіп келе жатқанын байқаймыз. Direct sampling және интернет радио Қазақстанда дамыған. Тікелей сандық дыбыс таратуды «Қазақ радиосынан» және «Love» радиодан байқай аламыз. Ал «Gakku FM» сынды арналар әлі де интернет радио технологиясын пайдаланып отыр, дегенмен арнаның «App Store» және Play Market-те толыққанды қосымшалары бар.

Отандық телеарналар да жаңа digital технологияларға бейімделіп келе жатқанын байқаймыз. Мысалы “Gakku”, “Toi duman”, “7-арна”, “НТК” сынды коммерциялық арналардың Youtube арналарында миллионнан астам тіркелушілері бар. Арналардың барлығында қазір SMM бөлімдері бар, олар SMM редакторлары деп бөлінеді. Digital технологияларды пайдалану эфирден де жақсы көрсеткіштер көрсетіп отыр. Қазақстандық коммерциялық телеарналардың негізгі табыс көзі монетизация арқылы Youtube және Инстаграмнан келеді. Бұл арналардың бір жарым миллионға дейін тіркелушілері бар. Қазіргі таңда тіркелушілері миллионға жеткен 5-6 арна ғана бар. Алайда өзге арналар да бұл тенденцияға ілесуге күш салуда. Жақын арада көрермендердің негізгі шоғыры Youtube-қа көшеді деп күтілуде.

XXI ғасырда рейтингті жоғалтып алмас үшін телеарналардың барлығы жаңа технологияларды пайдалануға мүдделі. Тағы бір құрал ретінде телевизия сайттарын атап өтсек болады. Кез келген жаңа технологияларды өз деңгейінде қолдана алатын телеарна сайтында LIVE жүйесі орнатылған. Бұл сол сәтте эфирде көрсетіліп жатқан бағдарламаны, жаңалықтарды тікелей сайттан қайталау. Яғни кабельдік теледидар болмаса да эфирді интернет арқылы көруге болады. Осының арқасында ZERO.KZ сайтындағы рейтинг бойынша телевизия сайттарының ішінде ktk.kz алғашқы ондықта, ал kaztrk.kz жиырмалықты түйіндеп отыр [1]. Сондай-

ақ жылдам интернет болса кабельді ақылы телеарналардың бағдарламаларын жүктеп онлайн көрсетіп отыратын сайттар пайда болды. Мысалы viks.tv және tivix.kz-тің эфирдегі уақыттан 5 минут кейін жүргенінен басқа кемшілігі жоқ, керісінше кабельді теледидарға деген артық төлем болмайды.

Сайттың эфирден артықшылықтары:

- Ыңғайлы таңдау
- Тоқтатып, қайта жалғастыру мүмкіндігі
- Арзандығы
- Басқа да функцияларды еркін таңдау мүмкіндігі.

Телеарнадағы SMM-ге тоқталар болсақ, көп жағдайда әлеуметтік желілердің ішінде телеарналар Youtube-қа көп көңіл бөледі. Қазақстан және Ресейде телеэфирде болған бағдарламаны Youtube-қа қайта салуға болады. Осы арқылы қазіргі таңда телеарналар аудиторияны кеңейтіп қана қоймай, екі саладан да қомақты қаржы алып отыр. Ал Инстаграм, ВКонтакте, Фейсбукке (Қазақстанда көп қолданылатын әлеуметтік желілер) бұл бейне өнімдерді толықтай салуға мүмкіндік жоқ [2].

Қазақстандағы қоғамдық-саяси газеттер өздерінің оқырманын жоғалтпау мақсатында ақпараттық сайттарға көптеп көңіл бөлуде. «Айқын», «Алматы ақшамы», «Түркістан», «Караван» және т.б. ірі басылымдар сайты 2019 жылы сайттарын жаңартты.

2010 жылы АҚШ-тағы ең танымал «New York» апталығы – АҚШ News & World Report сандық форматқа толық көшті. 2013 жылы әлемдегі ең беделді басылымдардың бірі «Newsweek» апталығы қағаз нұсқасын толығымен тастап, сандық форматқа ауысты. Қазақстандық «Қрыша» және «Колеса» газеттері 2015 жылдан бастап онлайн режимінде жұмыс істейді. Яғни жаңа технологияларға бейімделу баспасөзді жоймайды, негізін сақтай отырып, жаңа форматқа көшуге көмектеседі. Қазіргі таңда коммерциялық басылымдар нарықтан жойылып кетпес үшін екі жолды таңдап отыр. Оның алғашқысы – сандық технологияларға толықтай көшу болса, екінші гибридтік әдісті пайдалана отырып қағаз жүзінде ақпаратты сақтап қалу. Гибридтік әдіс – digital технологиялардың барлық мүмкіндігін газетке оқырман тартуға пайдалану. «New York Times» газеті сайтта жаңалықтың қызықты анонсын беріп, оның толық нұсқасын кешкі газеттен оқи алатынын немесе 1 айлық ақылы тіркелу арқылы оқи алатынын хабар-

лайды. Бұл әдіс тиімді жұмыс істеуде. Оған дәлел 15%-ға азайып кеткен таралым қаржысын осындай ақылы тіркелушілердің жабуымен түсіндіруге болады.

Қазақстандық газеттер оқырмандарға сараптама, шолу тұрғысында танымдық материалдар беруді мақсат тұтады. Жанрларды түрлендіріп, танымдық, ойлы, берері мол материалдар арқылы газетті жандандырғысы келеді. Өйткені жаңалықтар жағынан сайттарды былай қойғанда, әлеуметтік желілерден әлдеқайда артта қалып келеді. Қазіргі таңда газет жаңалықты бірінші жарияласа да ұта алмайды. Әлеуметтік желілерге ілесу мүмкін емес.

Оқырман тартуда әлеуметтік желінің әсері зор. Мысалы “Айқын” республикалық қоғамдық-саяси газетінің басты аудиториясы Фейсбук желісінде отырады. Инстаграмнан қандай да бір аудитория тартылады деп айту қиын. Өйткені ондағы контингент, ондағы аудиторияның сұранысы мүлде бөлек. Сайт өз алдына бөлек әлем болып өмір сүреді. Сөйте тұра газетте шыққан барлық мақалалар күнделікті салынып тұрады, әлеуметтік желілерге таратылып тұрады. Қорыта келе, қазіргі таңда газет-журналдар қиын сәттерді басынан өткеріп жатса да аналитикалық бағытты ұстану арқылы және digital технологияларды дамыту арқылы өз оқырмандарын сақтап қалуға толықтай мүмкіндігі бар.

Ақпараттық технологиялар дәуірінде жоғары және сапалы веб-сайт бизнеске жалпы табыстың кілті болып табылады. Осыны түсінген көптеген компаниялар өздерінің онлайн платформаларын жетілдіруге ынталы түрде кіріседі. Алайда, бұл үдеріс бастапқы сатыларда көрінгендей қарапайым емес.

Сайтты танымал етудегі жұмыстар сан-салалы: ішкі онтайландыру (семантикалық ядроның құрастырылуы, дизайн т.б.) және «сыртқы» жарнама (сілтеме алмасу, контекстік жарнама, іздеу жүйесін құру т.б.). Бүкіл процесті өз бетінше ұйымдастыру үшін әртүрлі тетіктердің нақтылығын білу қажет – бағдарламалау ережелері, орналасу, мазмұнды жасау, ақпаратты орналастыру және беру, SEO-ны көтермелеу және PR-науқандары. Сондықтан сайт иелері бұл процесті сирек орындап, кәсіби мамандарға иек артады. Егер талантты маман тапсаңыз, барлық шығын өтеледі. Веб-сайттың жетістігі бизнестің табыстылығының негізгі компоненттерінің бірі болып табылады.

Сайтты жылжытуға көмектесетін digital технологиялар:

– Аудиторияны іздеуге бағытталған маркетинг (SEM) Search engine marketing (SEM), «интеграцияланған сайтты жылжыту жұмысы» деп аталатын мамандар арасында сайтқа мақсатты келушілерді тарту үшін бірқатар іс-шараларды қамтиды. Әдетте екі негізгі бағыты бар:

– 1. Іздеу жүйелерінде веб-сайтты жылжыту (SEO). Ол сайтты неғұрлым өзекті етуге арналған, яғни мақсатты сұраулар мен іздеу жүйелеріне сай келетін сайттың дизайны мен мазмұны үшін талаптар. SEO сыртқы және ішкі веб-торапты оңтайландыруды қамтиды.

– 2. Материалдарды үшінші тарап ресурстарына орналастыру. Ресурс сілтемесі бар қысқа ақпараттық немесе ақпараттық және жарнамалық мақаланы тегін немесе ақылы орналастыру. Әдетте жарнама беруші сайты сияқты тақырыпқа арналған үлкен порталдарда жарияланады. Соңғы ескертулерге сәйкес, SEO мамандары трафикті тартудың тиімді әдісі болып табылады [3].

Жалпы, Интернеттегі БАҚ-тың идеалды формасы басылымның электронды нұсқасы, форумдар, жаңалықтар сайттары, бейне порталдар, платформаның дыбыстық подкастары емес, медиа порталдары болып табылады. Интернеттегі портал аудиторияны несімен қызықтырады? Неліктен Интернет-материалдар, порталдар, блогтар бұқаралық ақпарат құралдарынан ықпалды? Жаңа БАҚ әлдеқайда көп мүмкіндіктер ұсынады. Баспадан шыққан жарияланымда өз пікірін білдіру күрделі немесе басылым туралы автормен пікірталастыру мүмкін емес. Электрондық нұсқада, керісінше, оны құптайды. Интернет-медианың тағы бір артықшылығы – берілетін хабарламалардың ауқымы мен жылдамдығы.

Қазақстандық сайттардың статистикасын анықтайтын Zero.kz сайтының мәліметтері бойынша қазақстандық үздік сайттардың жартысынан көбі ақпараттық порталдар. Бұл қазіргі таңда ақпараттық сайттарға сұраныстың өте үлкен екенін көрсетіп отыр. Орташа мәліметке сүйенетін болсақ ақпараттық сайттарды айына миллионға тарта оқырман қарайды. Мысалы газет тиражын азайтып, толықтай ақпараттық сайтқа ауысқан атыраулық «Ақ Жайық» газетін 2019 жылдың сәуір айының статистикасы бойынша 238013 адам 3 808 021 бет оқыған. Қазіргі баспасөз нарығын

сараптай отырып, сандық технологиялардың мүмкіндігін дұрыс пайдалана білсе, табысты болуға болады.

Қазақстандық БАҚ нарығының динамикалық дамуы бұқаралық ақпарат құралдары арасында бәсекелестікті нығайтады.

Қазіргі таңда PR нарығы әлемдік тенденцияларды жергілікті жағдайға бейімдеп, өзіндік ерекшеліктерімен дамуда. Сандық технологиялар ғылымның, күнделікті өмірдің әр саласына дендей енді. Жеке адамдар және ұйымдар арасындағы коммуникация, қарым-қатынастың жаңа деңгейге көтерілгенін байқаймыз. Сандық технологиялар қолданушыларға үлкен мүмкіндіктер туғызып отыр. Бұқаралық ақпарат құралдарының ұйымдастырушылық, идеологиялық, мәдени-ағартушылық, ақпараттық және рекреативті қызметін қазіргі таңда әлеуметтік желілер, ақпараттық порталдар орындауда. Кез-келген саланы дамытуда жаңа инновациялық технологиялар мен әдістер пайда болды.

Күнделікті жылдам дамып жатқан ақпараттық технологиялар ғасырында өзгерістерге тез бейімделу бүгінгі күннің қажеттілігіне айналды. Ғаламтор және байланыс құралдары жаһандандудың каталлизаторына айналып отыр. Осыдан 15 жыл бұрын еліміз батыс елдерінен 50-100 жылға артта деген пікірлер айтылатын. Ал қазіргі таңда бұл айырмашылықтың 5-10 жылды ғана құрайтыны алға тартылады.

Digital технологиялар және әлеуметтік желі дәстүрлі PR ұғымын түбегейлі өзгертті. Бұқаралық ақпарат құралдары да жаңа заманға қадам басқалы форматы және жаңалықты беру форматтары жетілдіріліп келеді. Қарапайым қоғамға ақпаратты жеткізуші құралдар көбейген сайын көрермендерін жоғалтып алмау мақсатында жаңа технологияларды тиімді пайдалана бастады. Ал уақыт талаптарымен санаспаған БАҚ нарықтағы орнын жоғалтуда.

Осы орайда SMM және digital стратегиялардың рөлі артып отыр. Біріншіден, Қазақстанда БАҚ-ты дамытудағы SMM және digital стратегиялардың өзіндік жолы бар. Бұған елдегі батыс мемлекеттеріне қарағанда ерекше қалыптасқан экономикадағы, елдің ішкі саясатындағы, халықтың мінез-құлқындағы және медианың дамуындағы өзгешеліктер себеп.

Екіншіден, елімізде медиадағы жаңа технологияларды пайдалану орта деңгейде. Мемлекет тарапынан қаржыландырылатын

және кабельді тарату арқылы өз көрермендерін жоғалтпай отырған теле-радио арналар, мемлекеттік газеттер жаңа технологияларды игеруі формальді түрде іске асып жатыр. Бұл бағытта коммерциялық БАҚ («Gakku», 7 арна, Жұлдыздар отбасы, Love radio) алдыңғы орында.

Үшіншіден, SMM және digital стратегияларды пайдалану және нарықта өз орнын сақтап қалуда үлкен қиындықтарға ұшырап жатқан медиа саласы – баспасөз. Дағдарыстың алдын алу мақсатында «The Wall Street Journal», «New York Times» газет-журналдарының стратегиялық әдістерін пайдалану қажет. Теле-, радио және интернет журналистикада нарыққа бейімделуде шығындар және қиындықтар өте көлемді деңгейде емес.

Төртіншіден жаңа digital технологиялар қолжетімділік жағынан қарапайым халыққа өте тиімді. Медиа салада үлкен бәсекелестік туғызып, digital стратегияларды және қоғаммен байланысты дұрыс пайдалана алмай отырған БАҚ-ты нарықтан тезірек ығыстырып шығаруда үлкен септігін тигізеді. Кемшілігі дәстүрлі медиа форматы түбегейлі өзгеріске түседі.

БАҚ-ты дамытудағы SMM және digital стратегияларды игеру заман талабы.

#### Әдебиеттер

1. [https://zero.kz/site/show/site\\_id\\_70976\\_sayt-atoryauskoj-gazety-ak-jayyk/](https://zero.kz/site/show/site_id_70976_sayt-atoryauskoj-gazety-ak-jayyk/)
2. Блейхут Р. Теория и практика кодов, контролирующих ошибки. – М.: Мир, 1986. – 576 с.
3. Gitlin, Richard D., Jeremiah F. Hayes, and Stephen B. Weinstein. Data Communications Principles. – New York: Plenum, 1992. – 425p.

**Аннотация:** В статье рассматривается SMM и digital стратегии при продвижении СМИ, изменении происходящие под влиянием новых технологий, адаптация традиционных медиа к современным технологиям, будущие изменения с появлением цифровых технологий сравнивая казахстанские и мировые медиа. А так же рассмотрены уровень использование SMM и digital стратегии отечественных СМИ.

**Түйін сөздер:** SMM және digital стратегиялар, әлеуметтік желілер, дәстүрлі медиа, жаңа медиа, сайттар.

## Глава II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

УДК 791.43; ВАК 17.00.03

УДК 791.43.067; ВАК 17.00.03; 13.00.05

Ахметова Л.С.

### ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ!

Севастопольский Международный фестиваль документальных фильмов и телевизионных программ «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ» проведен в 15 раз в Крыму в мае 2019 года. Участники разъехались, лауреаты уже отпраздновали свои победы. Настало время подведения итогов, время размышлений и уже начало подготовки к 16 фестивалю...

15 лет проводит этот фестиваль Евразийская Академия телевидения и радио и ее президент Валерий Давыдович Рузин, который является Генеральным продюсером фестиваля. Конечно, к организации фестиваля подключаются с каждым годом все новые со-организаторы и участники. Но неизменным остается тот факт, что всегда вместе – В.Д. Рузин и ЕАТР, также, как и город-Герой Севастополь. Они смогли все 15 лет не только проводить, но и постоянно развивать фестиваль, привлекая не только участников разных стран, но и привнося все новые и новые элементы проведения фестиваля, разные мероприятия, оставляя при этом всегда тот севастопольский дух, могущество и традиции, славную историю и незабываемую радость встречи с городом, людьми, морским ветром, зеленью, дарящее ощущение прикосновения к вечности, прошлому, сегодняшнему дню и прекрасному будущему. Все это происходит на глазах, все это видится с каждым годом и именно здесь хочется воскликнуть: Как прекрасен этот мир!

Почетный Президент фестиваля Владимир Валентинович Меньшов постоянно присутствовал на мероприятиях фестиваля, общался с молодыми участниками, давал советы и делился опытом.

С приветствиями к участникам и гостям фестиваля обратились многие известные, знаковые люди.

Среди них: Председатель Совета Федерации В.И. Матвиенко. Она отметила важность роли фестиваля в процессе популяризации идей патриотизма, консолидации общества в борьбе с новыми вызовами и угрозами, обратила внимание на новую инициативу организационного комитета фестиваля по проведению Международного общественного Форума, посвященного сохранению памяти о Второй мировой войне [1].

Председатель Российского исторического общества С.Е. Нарышкин, на мой взгляд, очень поэтично обратился с приветствием. Его слова прозвучали:

- Прислушайтесь: здесь, в Севастополе, голос нашего народа обретает особую силу. Он – в буйных ветрах над Сапун-горой, в шуме прибоя у Графской пристани. Каждый монумент, каждый памятник в этом городе – призыв помнить славные деяния предков, беречь и защищать родную землю, строить общее будущее в мире и согласии. Убежден, могучая сила искусства способна ярко и образно воплотить эти чаяния [2].

Губернатор Севастополя Д.М. Овсянников, отметил, что в 2004 году фестиваль был учрежден Героями Советского Союза, проживавшими в то время в Севастополе и Крыму. 15 лет Севастополь достойно продолжает эту традицию [3].

Председатель Законодательного Собрания Севастополя Е.Б. Алтабаева, приветствуя фестиваль, отметила, что фестиваль проходит в год празднования 75-й годовщине со дня освобождения Севастополя от немецко-фашистских захватчиков. Город русских моряков, где каждый камень пролит кровью его защитников, стал надежным щитом на пути агрессора. Фестиваль – это уникальный культурный проект, который объединил талантливых документалистов, режиссеров, актеров, творческую интеллигенцию из разных регионов России и братских стран – наследниц Великой Победы [4].

Председатель Союза кинематографистов РФ Н.С. Михалков отметил в своем приветствии:

– Наш общий долг – хранить память об этом подвиге, о стойкости и мужестве воинов и главное – передавать эту память следующим поколениям.

В 2019 году впервые в программу вошел Национальный конкурс: жюри и зрители смогут познакомиться с лучшими работа-

ми, произведенными в нашей стране. Вопреки всем преградам и внешним манипуляциям именно сегодня время требует служить добру и вековым гуманистическим ценностям [5].

Одним из со-организаторов XV Севастопольского Международного фестиваля документальных фильмов и телевизионных программ «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ» являлась Ассамблея народов Евразии. Мне было очень приятно познакомиться с первым заместителем Генерального секретаря Смирновой Светланой Константиновной, доктором политических наук, обменяться мнениями, контактами, поговорить о будущих совместных работах.

Хотя, казалось бы, тема фестиваля «ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ» достаточно сложная в современных международных условиях, некоторыми понимается неоднозначно, подходы разных кино- и теледокументалистов не только иные, но и могут вызвать споры... Но для меня главное было посмотреть и осмыслить, почему так, а не иначе, почему классика до сих пор вызывает восхищение, почему сегодняшняя документалистика вызывает чувство ответственности и той сопричастности к нашему великому историческому прошлому, открывая все новые и новые страницы неисследованного, еще не рассмотренного, а значит – и не осмысленного.

В 3 номере Вестника кинофестиваля на вопросы корреспондента отвечает Генеральный продюсер фестиваля, президент Евразийской Академии телевидения и радио В.Д. Рузин:

На вопрос о характерной особенности данного кино-события В.Д. Рузин ответил:

– Это единственный фестиваль, созданный в Севастополе по инициативе Героев Советского Союза, проживающих в Крыму, в память о военном подвиге стран – участниц Второй мировой войны. Могу с гордостью сказать, что за годы работы и профессионального сотрудничества фестиваль приобрел статус одного из ведущих межнациональных кинофорумов, представляющих уникальную возможность для творческого диалога и поддержки кинодокументалистов России и других стран...

Фестиваль способствует открытию новых дат, событий, имен. Для нас по-прежнему важна тематика поиска, исследования, героизма. Еще столько не найдено. Столько людей не отмечено по

заслугам. Поэтому фестиваль дает серьезный эмоциональный посыл расследовать, хранить и чтить память героев... [6]

Признаюсь, побывав несколько лет на Севастопольском фестивале в разных ролях: гостя, члена жюри, эксперта, участника дискуссий и конференций, форумов и круглых столов, я старалась максимально посмотреть документальные и телевизионные фильмы. А поскольку они показывались в одно и то же время в разных кинотеатрах города «Москва» и «Победа», в трех залах одновременно, то, естественно, я успевала посмотреть или одну треть, или даже одну четвертую часть того, что шло в эти дни. Я сильно огорчалась, так как вечером при проведении пресс-конференций в отеле «Песочная бухта», где выступали те, кто приехал вместе со своими работами, которые показали в тот день, я узнавала подробности того, что не успела увидеть, и, конечно же, когда возникали споры или задавались вопросы по тому не увиденному мною фильму, у меня возникало искреннее сожаление того, что я не видела...

Пресс-конференции начинались в 20.30, и чаще всего заканчивались за полночь. А потом шли фильмы, которые не попали на фестиваль. Ночные фильмы были также интересны, как и их удивительные создатели, которые просто хотели показать свои фильмы, услышать мнение о них, ответить на вопросы...

Так что фестиваль длился постоянно, практически круглые сутки.

Все просмотренные фильмы были хороши. Ведь не случайно работала отборочная комиссия до фестиваля, среди которых мои добрые друзья и знакомые: Я. Конофальская, Г.Я. Тараненко, В.Владиславлева, Л. Бакеева.

Я изучила программу фестиваля, постаралась попасть на те документальные фильмы и телевизионные программы, которые хотела посмотреть, но, еще раз повторяю, конечно же, не на все.

Церемония открытия фестиваля прошла 12 мая.

Конкурсные показы состоялись 13-17 мая.

Параллельно шли внеконкурсные и специальные программы фестиваля, творческие встречи на 12 площадках города и в Балаклаве. Кроме того, были организованы встречи и показ фильмов в школах.

То, что я увидела. Фильмы фестиваля.

День 1. Телевизионные фильмы.

Дмитрий Менделев. Заветные мысли. – Андрей Судиловский,  
Москва

Доктор. – Елена Богдан, Луганск.

Рыцарь и фрейлина. – Павел Медведев, Литва

Быть в игре. – София Гефейлер, Москва

После обеда присутствовала на открытом показе фильмов о греках и Греции в год языка и литературы России и Греции.

Судьба. – Документальный фильм Татьяны Гагиной.

Главный грек Российской империи. Иоаннис Каподистрия. –  
Наталья Иванова

Наша Мария Каллас. – Базигос Панайотис

День 2. Была на документальном кино.

695. – Юрий Малыгин, Россия

Не рабы рыбы. – Тамара Сушко, Швеция, Норвегия

Отец Байкал. – Марина Мельник, Россия.

С ветром. – Артур Саакян, Армения – Международный конкурс киношкол

Иосиф Кобзон. Самый долгий антракт. – Алексей Шипулин,  
Эстония-Россия

Дни 3 и 4 – участие в Международном общественном Форуме «Сохранение памяти о Второй мировой и Великой Отечественной войнах», где я выступила с докладом «Память о войне в литературе и СМИ Казахстана: проблемы сохранения и передачи новым поколениям» [7].

День 5. Телевизионные фильмы.

У памяти нет адреса. – Екатерина Ушкова, Россия

Шенкман. Последний полет. – Александр Матиросов, Нижний Тагил

Химия искусства. – Сергей Корнеев, Йошкар-Ола

Свидетель. – Qin Chen, Fei Nan, Китай

18-я Ярославская Краснознаменная стрелковая дивизия. –  
Светлана Доброхотова, Ярославль

Искатели. Яд для Александра Невского. – Юлия Маврина, Москва

Спутник: ступень во Вселенную. – Юрий Сальников, Москва  
Мартовский зов. – Wu Xianglie, Ma Yijia, Ning Yeming, Китай  
Тотлебен. От Керчи до Кронштадта. – Григорий Илугдин, Москва

Командование беру на себя. – Наталья Голубь, Приднестровье.

О каждом фильме можно рассказывать много. Отмечу, что узнала новое по истории ряда событий, увидела, как создатели фильмов показывают острые злободневные события, расследуют давние истории прошлого, поднимают вопросы о тех событиях, о которых раньше молчали, да и сейчас предпочитают не говорить. Генералы Тотлебен и Лебедь – рассказы об их жизни, трудностях выбора и той преданности службе Родине. Совершенно новая тема о руководителе завода по строительству самолетов ИЛ в военные годы Шенкмане. Интересна и нова тема об истории 18 Ярославской Краснознаменной стрелковой дивизии, polegшей на финской войне и потерявшей свое знамя, которое сейчас хранится в финском музее, разве мы не должны знать о тех пропавших без вести и погибших за Родины, разве они виноваты в том, что погибли за Родину?

«Не рабы рыбы» – это фильм об угнанных на работу в Норвегию 15-16-летних девочках с оккупированной врагом территории, о долгих поисках и пути к правде норвежских, шведских, российских исследователей. Мы ведь должны знать и их истории в той далекой войне.

Китайские фильмы потрясают своей новизной и правдой жизни. Особенно тронуло великое переселение – эвакуация промышленности вглубь страны во время китайско-японской войны. Это было также страшно, трудно и сделано великим трудом народа. Как созвучно было с эвакуацией советской промышленности в Сибирь и в Азию.

Фильмы, фильмы... Они заставляют думать, переосмысливать, дают пищу новым размышлениям, появляются иные взгляды, а иногда и совершенно удивительные открытия по тому или иному поводу... Просто, получив эмоциональные и смысловые

порывы для новых идей, понимаешь, как многое может дать такой Севастопольский фестиваль для творчества, для жизни...

Очень приятно было видеть четкую, слаженную работу организаторов фестиваля. Каждый отвечал за свой участок работы. Например, собрать и развезти по просмотровым площадкам в кинотеатры города, казалось бы, какая работа? Но собрать творческую интеллигенцию, журналистов, участников, гостей и членов жюри – это достаточно сложно было всегда и везде. И я с удовольствием наблюдала за работой молодежной группы организаторов, которые к каждому смогли найти подход.

Искренняя благодарность организаторам Лине Богатырь и Людмиле Бакеевой. Каждая на своем месте проводила огромную работу, которая касалась всех нас и отнимала много времени и энергии у Лины и Людмилы, но они так незаметно для нас делали все прекрасно и замечательно.

Отрадно отметить работу профессиональных журналистов, операторов, режиссеров по организации фестиваля, я бы назвала это так: журналисты для журналистов. Постоянно оперативная печатная составляющая, кино и видео и др., мы знаем, какой за этим стоит огромный дневной и ночной труд, так как все было всегда готово уже прямо сейчас, сегодня...

С радостью узнала, что на конкурс было представлено более 500 документальных и телевизионных фильмов. Членам жюри разных групп: телевизионной, документальной, молодежной – пришлось еще до работы фестиваля немало потрудиться, чтобы отобрать более ста работ, то есть практически конкурс был 1 к 5. Работы на конкурс для участия в фестивале представили 35 стран. Отличный показатель успешности фестиваля и его значимости на международной арене.

14-18 мая в конференц-зале отеля «Песочная бухта» проходили мастер-классы, тренинги, защита проектов.

На мастер-классах ведущие профессионалы киноиндустрии делились своим опытом и знаниями, раскрывали свои секреты.

Открытый питчинг кино- и телепроектов – тоже постоянная составляющая фестиваля, которые проходили в дневное время, когда мы уезжали на просмотры фильмов в кинотеатры [8].

### Люди фестиваля

Общение с профессионалами всегда воодушевляют на новые поиски и смыслы в работе и жизни. Я с радостью общалась с членами жюри, которых знаю и ценю как профессионалов и знаковых в своей работе людей. Жюри Международного конкурса документальных фильмов: председатель – Юсуп Разыков, режиссер, кинодраматург, Узбекистан, члены жюри Инта Канепая из Латвии, Дали Окропиридзе, киновед из Грузии, Марты Прус, режиссер из Польши, Рино Скьяретта, продюсер из Италии.

Жюри Национального конкурса документальных фильмов: председатель Сергей Дебижев, члены жюри Алисса Де Бласио, США, Евгений Бабошкин, глава Района Балаклава, Татьяна Йенсен, Россия.

Жюри Международного конкурса киношкол: председатель Виталий Третьяков, журналист, политолог, члены жюри Родион Демченко, глава района Инкерман, Россия, Сафарбек Солиев, кинорежиссер из Таджикистана, У Цзян, режиссер из Китая, Гунил-ла Брески, режиссер, продюсер из Швеции.

Жюри Международного конкурса телевизионных фильмов: председатель кинорежиссер Александр Стефанович, Андрей Басс из Беларуси, Сергей Боков, Владимир Губарев, Валерий Мельников, Темина Туаева из России.

С радостью мы встречались друг с другом, те, которые бывали на этом фестивале не один раз: Шаура Гильманова и Ирина Минигалеева из Башкортостана, Наталия Гугуева из Москвы, Татьяна Гагина из Севастополя.

Познакомилась с молодыми талантливыми режиссерами Бериком Жахановым из Алматы, Артуром Саакяном из Армении. С врачом и режиссером из Кыргызстана Ибадуллою Аджибаевым нашли много общего в своих взглядах на жизнь. Оказались также близки по духу с Милой Космачевской из Москвы.

18 мая состоялась торжественная церемония закрытия фестиваля. Мы увидели победителей, искренне радовались и поздравляли их. Я фотографировала и делала видео, которое потом им раздала. И была очень рада, что Берик Жаханов и его фильм «Наследие предков», Артур Саакян и его фильм «С ветром», Ибадулла Аджибаев и его фильм «Учитель» – были признаны лучшими

в своих номинациях. Горячо и искренне поздравляю, мои новые друзья и коллеги! Жол болсын!

Хотела бы отметить активное участие Казахстана в конкурсах по разным номинациям во всех фестивалях.

Новым в 2019 году стало многое.

Проведение Международного Общественного Форума «Сохранение памяти о Второй мировой и Великой Отечественной войнах», который было принято решение проводить постоянно в рамках фестиваля.

Стала со-организатором Ассамблея народов Евразии, которая привнесла особый колорит в проведении фестиваля и его новое осмысление в рамках евразийского пространства.

Стало больше разных площадок для проведения внеконкурсного показа работ и встреч с ведущими деятелями кино и телевизионной индустрии.

Гости и участники фестиваля впервые выступали и среди учащихся разных школ города.

Увеличилось поступление заявок для участия в фестивале, стал больше конкурс среди работ и увеличилось количество стран-участников конкурса и фестиваля.

Члены жюри отметили, что стало больше режиссеров женщин и молодежи.

Фестиваль открыл новые страницы нашей общей истории во Второй мировой и Великой Отечественной войнах, показал белые пятна истории, которые кино- и теледокументалисты смогли показать, работая в архивах разных стран мира и с участием неравнодушных к истории людей.

**XV Севастопольский Международный фестиваль документальных фильмов и телевизионных программ** завершил свою работу.

А режиссеры, продюсеры, журналисты приступили к новым работам, чтобы принять участие в **XVI Севастопольском Международном фестивале документальных фильмов и телевизионных программ** в год юбилея Великой Победы!

**Литература:**

1. Матвиенко В.И. Приветственное письмо // XV Севастопольском Международном фестивале документальных фильмов и телевизионных программ – Севастополь, 2019. – с. 3.
2. С.Е. Нарышкин. Приветственное письмо // Вестник фестиваля. №4
3. Д.В. Овсянников. Приветственное письмо // Вестник фестиваля. №2
4. Е.Б. Алтабаева. Приветственное письмо // Вестник фестиваля. №4
5. Н.С. Михалков. Приветственное письмо // Вестник фестиваля. №7
6. Интервью с В.Д. Рузиным. // Вестник фестиваля. №3
7. Международный Общественный Форум «Сохранение памяти о Второй мировой и Великой Отечественной войнах» // Вестник фестиваля. №5, 6
8. Открытый питчинг кино и телепроектов XV Севастопольском Международном фестивале документальных фильмов и телевизионных программ // Вестник фестиваля. №2

**Ахметова Л.С.****Победили вместе!**

**Аннотация:** В статье речь идет о XV Севастопольском Международном фестивале документальных фильмов и телевизионных программ, прошедшем в мае 2019 г., его организации, проведении мастер-классов и встреч, работе жюри, демонстрации фильмов, знакомствах и осмыслении нового материала по данной теме. Фестиваль открыл новые страницы нашей общей истории во Второй мировой и Великой Отечественной войнах, которые кино- и теледокументалисты смогли показать, работая в архивах разных стран мира и с участием неравнодушных к истории людей.

**Ключевые слова:** XV Севастопольский Международный фестиваль документальных фильмов и телевизионных программ, фильм, кино, телевизионная программа, война, жюри, победа.

**Akhmetova L.S.****Won together!**

**Abstract.** In article it is about the XV Sevastopol International festival of documentaries and television programs which took place in May, 2019, its organization, holding master classes and meetings, work of jury, demonstration of movies, acquaintances and judgment of new material for this subject. The festival opened new pages of our general history in World War II and the Great Patriotic War, the wars which film and teledocumentary film makers could show, working in archives of the different countries of the world and with participation of people, not indifferent to history.

**Key words:** The XV Sevastopol International festival of documentaries and television programs, movie, cinema, television program, war, jury, victory.

Дзялошинский И.М.

### Тексты и текстоиды, или что происходит с автором?

Обобщение существующих определений понятия «текст» дает возможность предложить комплекс критериев, позволяющих отличить собственно текст от неких артефактов, лишь похожих на текст. Эти критерии могут быть обозначены следующим образом.

Первый критерий – наличие внутри текста лингвистических (лексических, стилистических, грамматических) элементов, скрепляющих различные фрагменты повествования в некую целостность.

Второй критерий – наличие цели, для достижения которой было создано это произведение. Следует отличать текст, как продукт целеориентированной деятельности, от текстоподобных форм коммуникации, используя которые, множество автономных участников добиваются собственных целей.

Третий критерий (самый спорный) – наличие автора, отвечающего за весь текст. Автор высказывания/произведения/ текста со времен Сократа и до наших дней – один из сложнейших объектов гуманитарной науки. Сложность обусловлена множественностью текстовых фиксаций автора. В данном случае нас интересует не такая базовая терминологическая единица филологической науки как «образ автора», которая появилась в 20-е годы прошлого века при попытке выявления законов изменения структуры художественного произведения – «литературы вымысла». Вслед за В.В. Виноградовым мы считаем необходимым четко разграничивать «образ автора» и автора как биографическую личность [Виноградов, 1971. С. 151]. Для нас автор – это создатель концепции всего произведения, активная социальная индивидуальность.

Очевидно, что институт авторства с возникновением и развитием виртуального пространства преобразовался. Вся письменная история человечества характеризуется постепенным увеличением и расширением количества людей, допущенных к созданию текста, который должен иметь определенный социальный статус

и массовое распространение. Как известно, революционным этапом в расширении числа авторов было появление печатного станка, новым этапом стало появление глобального виртуального пространства.

Ролан Барт еще в 1968 году провозгласил смерть Автора: «... текст сложен из множества разных видов письма, происходящих из различных культур и вступающих друг с другом в отношения диалога, пародии, спора, однако вся эта множественность фокусируется в определенной точке, которой является не автор, как утверждали до сих пор, а читатель. Читатель – это то пространство, где запечатлеваются все до единой цитаты, из которых слагается письмо; текст обретает единство не в происхождении своем, а в предназначении, только предназначение это не личный адрес; читатель – это человек без истории, без биографии, без психологии, он всего лишь *некто*, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст. Смехотворны поэтому попытки осуждать новейшее письмо во имя некоего гуманизма, лицемерно выставляющего себя поборником прав человека. Критике классического толка никогда не было дела до читателя; для нее в литературе существует лишь тот, кто пишет. Теперь нас более не обманут такого рода антифразисы, посредством которых почтенное общество с благородным негодованием вступает за того, кого на деле оно оттесняет, игнорирует, подавляет и уничтожает. Теперь мы знаем: чтобы обеспечить письму будущность, нужно опрокинуть миф о нем – рождение читателя приходится оплачивать смертью Автора» [Барт, 1994. С. 391]. В современном медиaprостранстве Читатель поглотил Автора, соединив Автора и Читателя в новую сущность.

Средневековый писец совмещал функции автора и медиатора и оставался анонимом, за исключением редких случаев. Современный вирусный редактор также характеризуется анонимностью, но главная его характеристика – массовое авторство, т.е. выражение некоего коллективного знания. Однако трудно согласиться с утверждением, что распространение *user-generated content (UGC)* – содержания, создаваемого рядовыми пользователями интернета, которые одновременно являются и потребителями информации (читателями, зрителями, слушателями традиционных СМИ), упраздняет систему авторства. Авторство в интернете

совсем не утратило свою актуальность. Личность блогера и его авторитет в интернет-сообществе сегодня является несомненным символическим, а иногда финансовым капиталом. Так, в 2004 году Массачусетским технологическим институтом был проведен опрос блогеров: «В большинстве случаев респонденты идентифицировали себя в своих блогах. 81% всех участников сказали, что использовали какую-либо форму самоидентификации: 55% использовали свои настоящие имена и фамилии, 22% использовали какой-либо вариант своего имени (имя без фамилии, известное друзьям прозвище, инициалы, и т.д.)» [Viegas, 2005]. Часть пользователей указывает собственную фамилию уже в имени пользователя, часть – в названии блога или в разделе «информация о пользователе». Кроме того часто используют для «картинок пользователя», сопровождающих их записи и комментарии, собственные фотографии. В иных случаях личность автора блога может быть известна постоянным читателям из его записей и комментариев, личного общения, либо же из сообщений в СМИ и других источников [Viegas, 2007].

Разумеется, размышляя об авторе, не стоит забывать о таком модном направлении в современной культурологии и литературоведении, как теория интертекстуальности, создателями которой являются Р. Барт [Барт, 1994] и Ю. Кристева [Кристева, 2000]. В их работах были сформулированы основные установки постмодернистского сознания, центральная из которых – мысль о принципиальной завершенности истории. Из нее вытекает утверждение об исчерпанности творческих потенциалов человеческой культуры. «Все, что есть сейчас, уже было и еще будет, история и культура движутся по кругу, в сущности, обречены на повтор и топтание на месте. То же происходит и с литературой: все уже написано, нового создать невозможно, современный писатель волей-неволей обречен на повторение и даже цитацию текстов своих далеких и близких предшественников» [Голубков, 2003. С. 74]. По мысли постмодернистов, современный писатель не является в полном смысле слова автором своих книг, ибо все уже написано до него; он лишь «скриптор, бестрепетно компилирующий тексты предыдущих эпох» [Барт, 1994. С. 387].

Каноническую формулировку понятий «интертекстуальность» и «интертекст» дал Р. Барт: «Каждый текст является ин-

тертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры» [Barthes, 1973. P. 78]. «Всякий текст, – пишет Барт, – есть интертекст по отношению к какому-то другому тексту, но эту интертекстуальность не следует понимать так, что у текста есть какое-то происхождение..., текст образуется из анонимных, неуловимых и вместе с тем уже читанных цитат – цитат без кавычек» [Барт, 1994. С. 387].

Понятие интертекстуальности, предложенное Ю. Кристевой, сформулировано следующим образом: «Любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь текста» [Кристева, 2000. С. 429]. Бесчисленное число источников, «впитанных» текстом, теряют свой исходный смысл, вступают друг с другом во взаимодействие, рождая новые смысловые связи, доступные не авторскому, а читательскому пониманию: «<...> смысл в текст вкладывает не автор, а читатель. Он в меру отпущенного сводит воедино все начала и концы текста, вкладывая в него, таким образом, свой смысл» [Голубков, 2003. С. 75]. Отсюда множественность трактовок произведения, каждая из которых имеет право на существование [Руднев, 1999. С. 113-118]. Читатель, вкладывающий смысл в воспринимаемое произведение, как бы становится на место автора. Смерть автора – плата литературы за рождение читателя, смерть которого также прогнозируется.

В связи с этими утверждениями целесообразно напомнить мысль М.М. Бахтина о том, что любое художественное произведение является, прежде всего, высказыванием, «существенным (конститутивным) признаком высказывания является его обращенность к кому-либо, его адресованность. В отличие от значащих единиц языка – слова и предложения, которые безличны, ничьи и никому не адресованы, высказывание имеет и автора (и – соответственно – экспрессию...), и адресата» [Бахтин, 1996. С. 200]. Соглашаясь с известным философом и литературоведом, мы тем самым ставим под сомнение постулат Р. Барта о смерти автора. Любое произведение подчиняется замыслу и логике своего создателя, ориентированного на понимание его «шедевра» читателями. А «понимание всегда чревато ответом» [Бахтин, 1996.

С. 209], то есть рождает диалог, в который читатель включается со своей рецепцией прочитанного.

Подменять диалог «смертью автора» и «всесилием читателя» кажется нам недопустимой примитивизацией идеи Бахтина, который разработал понятие диалогичности, то есть открытости сознания, готовности человека на живой отклик, мгновенную реакцию на собственное или чужое высказывание. Диалогичность – одно из основных свойств литературы, так как именно в процессе диалога писателя и читателя рождается интерпретация художественного текста.

Поэтому, не отказывая читателю в праве строить свои интерпретации воспринимаемого текста, мы все-таки утверждаем, что текст создает автор, который за него и отвечает. Это может быть один человек; два человека (братья Стругацкие, Ильф и Петров); несколько человек (авторы научной монографии) – в любом случае речь идет о некоем субъекте, который отвечает за весь текст. Именно автор закладывает в текст особое видение мира, предлагает интерпретации происходящих событий.

Г.Я. Солганик утверждает, что в публицистике «важен не образ автора, а сам автор как личность – его взгляды, устремления, общественная позиция, в известной мере личностные качества» [Солганик, 2001. С. 75]. При этом он предлагает различать две ипостаси автора: частный человек и социальный. Как частный человек автор текста (в том числе медиатекста), с одной стороны, стремится выглядеть близким аудитории человеком, а с другой – проявляет интерес к частному человеку, частной жизни других людей. Как человек социальный автор (в частности, журналист) выступает прежде всего не от своего имени, а выражает социальные, групповые или корпоративные интересы. Г.Я. Солганик указывает, что в современной медиаккультуре преобладает частная позиция автора. Сформулированное положение подчеркивает значение модальности в процессе общения, для которого характерно не столько означивание, сколько выражение говорящим своего отношения к тому или иному факту, событию, явлению и т.п. Категория модальности объединяет коммуникантов, содержание высказывания и действительность и отражает динамику становления и развития диалогических отношений. Кроме того, как заметила Н.Д. Арутюнова: «Модальный старт часто связан с

прагматическими задачами. Он открывает адресату коммуникативные ожидания говорящего» [Арутюнова, 1999. С. 427].

Размышляя о том, что такое автор в журналистике, С.Г. Корконосенко напоминает о том, что для творческих областей деятельности человека понятие «автор» – ключевое. Оно восходит к латинскому слову *auctor*, называющему субъект действия и в универсальном смысле обозначает создателя того или иного произведения: романа, симфонии, живописного портрета, пьесы для театра, кинофильма и т.п. Отсюда и наиболее употребительное значение термина «автор», которое используется в современной теории и практике журналистской деятельности: оно обозначает конкретного создателя произведения для СМИ: газетной статьи, комментария или блога, радиокomпозиции, телевизионного репортажа или очерка. Констатируя, что на степень проявления авторского начала в журналистских произведениях оказывает заметное влияние множество факторов (в том числе жанровая специфика) и множество людей (редакторы, продюсеры, ведущие), Корконосенко все же утверждает, что понятие «автор» фактически равнозначно понятию «основной субъект журналистской деятельности» [Корконосенко, эл. ресурс].

Правовое определение понятия «автор» дано в Гражданском кодексе РФ: «Автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано» [Гражданский кодекс РФ, эл. ресурс]. Однако нас в данном случае интересуют не правовые, а творческие аспекты понятия «автор». А при таком подходе возникает множество вопросов. И прежде всего – многозначность самого понятия «автор». М. Брандес полагает, что слово «автор», когда оно используется в тексте, может иметь несколько смыслов. Это может быть реальная физическая личность, занимающаяся писательским трудом, может быть автор как личность писателя, отражающаяся в своем тексте, а может быть и роль, которую играет сам «автор» в процессе текстопроизводства, выступая в роли рассказчика [Брандес, 1971. С. 54].

Аналогичной позиции придерживается С.Г. Корконосенко, который подчеркивает репутационный смысл категории «автор», поскольку создатель журналистского произведения проявляет себя во всех его компонентах (содержательных, композиционно-

сюжетных, стилистических), а значит выступает в качестве гаранта качества предлагаемого медиапродукта [Корконосенко, эл. ресурс].

Еще один вопрос, возникающий при исследовании понятия «автор», – проблема псевдонима. В сфере литературы, искусства, а иногда и публичной политики использование псевдонимов – чрезвычайно распространенное явление. Причины их использования в артистической и писательской среде различны. Еще Ю. Тынянов писал об одной из самых устойчивых практик бытования текста массовой литературы – наличии псевдонима [Тынянов, 1977].

Часто псевдоним – это маркетинговый ход. Издательства предпочитают «раскрутить» некое имя, а потом обозначать этим раскрученным именем множество произведений. В. Новиков справедливо отмечает, что псевдоним работает тогда, когда создается Большая Псевдолитература, с могучей творческой и информационной поддержкой, с участием Больших денег. Здесь *псевдоним – уже не столько литературное имя, сколько фабричная марка, торговый знак вроде «Дирол» или “Always”*. На существование «всегда» он при этом не рассчитан и в любой момент по коммерческим резонам может быть заменен на другой» [Новиков, эл. ресурс].

В российской журналистике и публицистике использование псевдонимов тоже давняя традиция. В сегодняшней журналистике наличие псевдонима также не рассматривается как что-то из ряда вон выходящее. Практически любой журналист пользуется или пользовался псевдонимами. Ниже приведен перечень основных причин, которые обозначили журналисты, использующие псевдонимы.

– Иногда приходится публиковаться под псевдонимом, т.к. отдельные нерадивые редакторы отдельных изданий могут в материал добавлять всякие фразы и даже целые абзацы (особенно на политические темы). Причем без ведома автора, который узнает об этом только после выхода номера. Вот и приходится оберегать свое доброе имя.

– Мой псевдоним – это мое состояние души!

– Псевдоним использую только тогда, когда в номере выходит несколько моих материалов.

– Публикуется мой материал в «чужом» (конкурирующем с нашим) издании.

– Когда публикуется материал, сильно правленный заказчиком или сетевой редакцией и при этом я не согласна с этими правками.

– Когда боюсь, что меня стукнут по башке в подъезде.

– Использую два псевдонима для разных публикаций – для более серьезных явно вымышленный, для менее серьезных только инициал и фамилия.

– Подписываю псевдонимом копирайтерские тексты, причем у нас с редактором это имечко было одно на двоих, а потом и на троих

– У меня пока причина одна – не хочу, чтобы в моей конторе узнали, что я где-то фрилансю.

– Я публикуюсь в разных изданиях, поэтому и пишу под псевдонимами.

– Особый случай, когда журналист проводит журналистское расследование в силу гражданского долга, и тогда, когда выполняет чей-то заказ (в наибольшей степени). В этом варианте лица, чьи интересы затрагиваются в публикациях, могут представлять угрозу безопасности журналиста.

Куда сложнее обстоит дело в сферах рекламы, PR, пропаганды. Здесь, как правило, автор всегда коллективный, текст анонимный, или – в случае пропаганды – подпись может быть какой угодно. То есть коллективность авторства в данных коммуникативных сферах дает возможность уходить от ответственности за содеянное. Любопытно, что в работах М. Фуко заявлена идея о том, что в XX веке концептуально изменилась роль автора, который «должен взять на себя роль мертвеца в игре письма» [Фуко, эл. ресурс]. М. Фуко, которого интересовало выявление «исторического бессознательного» различных эпох, демонстрировал, как соответственно типу текста меняется требование атрибуции автора. Предвидя полное «омассовление» культуры, Фуко представляет контуры новой культуры так: «Легко можно вообразить себе культуру, где речь будет круговращаться без малейшей нужды в авторе <...>, во всеобъемлющей анонимности» [Фуко, эл. ресурс].

Абсолютно анонимными являются произведения народного творчества (например, сказки), у которых в принципе нет кон-

кретного автора, но они обладают всеми внешними признаками текста. Эти тексты приобретают автора только после того, как кто-либо, взяв за основу их сюжет, создает собственное литературное произведение, с определенной авторской интенцией. При чем такие произведения могут присутствовать в литературной «сказочной» коллекции разных народов мира, при этом, несмотря на общность сюжета, «назидательный» аспект может различаться, поскольку он – чаще всего – зависит от традиций народа, к которому принадлежит автор. Таким образом, наличие авторской интенции, скрепляющей все элементы текста в единую смысловую конструкцию, является важнейшим критерием рассмотрения произведения, созданного хоть единичным, хоть множественным, хоть анонимным автором, в качестве текста.

Разумеется, автор вправе определить степень свободы пользователя при восприятии заложенной в тексте интенции.

Так, например, любой нормативный акт (закон, инструкция, постановление и др.) – это текст, в принципе не допускающий множества интерпретаций. Аналогичная ситуация с инструктивными текстами, которые содержат предписания образа действий, нарушения которых могут привести к авариям, травмам и другим неблагоприятным последствиям на производстве или в какой-либо другой сфере профессиональной деятельности. Сюда же относятся юридические документы: завещания, брачные контракты. Вероятно, в эту же группу можно включить множество текстов, которые и по форме и по содержанию представляют собой жестко алгоритмизированный комплекс высказываний, заранее известных и автору и аудитории, но отвечающий определенной ситуации: присяги, свадебные речи, юбилейные речи, некрологи, новогодние поздравления и т.д., и т.п. Главная особенность таких речей заключается в том, что их невозможно ни отменить, ни переделать. Как правило, никто не верит тому, что говорится, но будет сильно разочарован, если это не будет сказано.

Другой вариант не только допускает, но и предполагает множественность интерпретации интенции в пределах, определяемых автором: (музыка, живопись, художественная литература, публицистика и др.).

Наконец, возможна ситуация предоставления пользователю безграничной свободы в восприятии и интерпретации авторско-

го замысла, (если, конечно, такой замысел вообще существует). Это какофонические произведения, воспринимаемые как хаотическое и бессмысленное нагромождение знаков. В этом случае имеет смысл использовать иное понятие для обозначения такого рода произведений. То есть, если произведение состоит из фрагментов, которые написаны разными авторами, если в нем нет авторской интенции, если произведение не воспринимается как целостность, если ни создатели произведения, ни его потребители не могут понять, в чем заключалась его цель, мы имеем дело не с текстом, а с **текстоидом**.

Понятие «текстоид» в науке пока не существует. Мы вводим его с целью отделить текст как предмет коммуникативистики от разнообразных явлений, для анализа которых иногда используют лингвистические и коммуникативные понятия: «природа как текст», «Вселенная как текст», «ген как текст» и т.д., и т.п. Понятие «текстоид» образовано с помощью суффикса «-оид», который используется для создания слов со значением подобия. Е.А. Земская высказывает следующую точку зрения: «В русском языке имеется лишь один суффикс со значением подобия – заимствованный суффикс -оид, который обнаруживает активность в сфере специальной терминологии. Базовые основы – одушевленные и неодушевленные существительные. Производное обозначает лицо или предмет, который подобен тому, что обозначает базовая основа: негроид, европеоид, монголоид; металлоид, кристаллоид, сфероид; ряд лингвистических терминов: радикалоид, морфемоид, аффиксоид, суффиксоид, префиксоид, просодемоид, дифтонгоид. Моносемантичность суфф. -оид повышает его выразительность, что способствует его использованию для порождения новых терминов и окказионализмов...» [Земская, 1992. С. 162].

Есть примеры, на которые мы опирались. Гуманоид (лат. *humanoides* «подобный человеку») – разумное человекоподобное существо из легенд и фантастики. К гуманоидам принято относить не всех человекоподобных существ, а лишь неизвестных науке, хотя в английском языке под словом «*humanoid*» подразумевают также человекообразных обезьян, антропоморфных роботов, мифологических и описанных в фантастической литературе существ, подобных человеку. Фактоид (англ. *Factoid* – «принимающий вид факта») – недостоверное или ложное

утверждение (непроверенное, неверное или сфабрикованное), которое облекается в форму достоверного и выдается за достоверное. Термин «фактоид» был предложен в 1973 году американским писателем-романистом Норманом Мейлером в его биографии Мэрилин Монро. Мейлер определил этот термин как «факты, не существовавшие до того, как они появились в журнале или газете». Самым близким русским аналогом слова «фактоид» является «газетная утка».

К текстоидам можно отнести спортивные и компьютерные игры. Как правило, у них есть сценарий, но реплики участников определяются самими участниками и никак не программируются создателем игры. Хотя некоторые из таких игр сильно напоминают театральную пьесу с заранее написанными репликами каждого участника.

Есть некоторые сложные случаи. Например, кроссворд. С одной стороны, это текст, написанный одним (или несколькими) автором, который предусмотрел все реплики второго участника. С другой стороны, очень трудно сформулировать какую-то внятную цель, ради достижения которой написан этот текст. (Кроме, разумеется, цели получить гонорар.) Впрочем, эта проблема возникает каждый раз, когда мы имеем дело с развлекательными текстами.

Есть еще более сложные случаи. Например, митинг. Это может быть и вполне стандартный текст, все элементы которого срежиссированы одним (или несколькими) автором, а может быть некая социальная рамка, участники которой вполне самостоятельны в своих текстах. Аналогичная ситуация и с таким медийным форматом, как пресс-конференция.

Самая сложная ситуация возникает в гипертекстовом пространстве, связанная с проблемой деперсонализации автора в интернете. В этом смысле гипертексты глобальной сети являются скорее «надличными» созданиями культуры постмодерна, чем творениями автономных индивидов. Сама технология ссылок предполагает «множественность» авторов, то есть делает невозможным существование безотносительного, обособленного, замкнутого текста. В глобальной сети именно ссылки конституируют онтологический статус текста, ибо лишенный их, он становится невостребованным и умирает, затерявшись в интернете. Таким

образом, становится очевидным, что деперсонализация автора определяется перекрестной структурой гипертекста, но наряду с этой «генетической» обусловленностью, существует ряд других: технических и юридических факторов, трансформирующих идею авторства в глобальной сети. Текст, помещенный в пространство интернета, отдается в свободное пользование, автор при этом отчуждает от себя произведение и фактически лишается своих привилегий: авторских прав и гонораров, составляющих незыблемый фундамент печатной культуры. Интернет начинает играть роль публичной библиотеки, где тексты принадлежат не авторам и издательствам, а безличной сети, в которой становятся доступными для всех желающих. Как утверждал Майкл Джойс, авторство становится «чем-то вроде бесконечной джазоподобной истории» [Эко, 1997. С. 136].

Безусловно, в этом есть много отрицательных сторон, например, любой желающий может отсканировать любую книгу и без ведома ее создателей поместить на своей гипертекстовой странице. Разумеется, такой вариант развития событий коренным образом отличается от того, когда текст размещается непосредственно лицом его написавшим. Проблема авторства в сети так или иначе будет решаться, но, по-видимому, установить в полной мере контроль в этом вопросе будет довольно трудно ввиду особенностей интернета. В сети нет удостоверений личности, и никто не даст гарантий, что за именем автора на самом деле скрывается обозначенный человек; да и ценность текста определяется не именем и регалиями его создателя, а конкретным содержанием и востребованностью.

Более того, возникает вопрос о теоретическом пересмотре области авторского права, то есть о том, насколько текст произведения является незыблемым и закрытым для постороннего вмешательства, выражающимся в изменении, копировании, уничтожении. Пока остается не в полной мере ясным, каким образом будут решаться проблемы аутентичности автора, сохранности оригиналов текстов, а также цитирования и ссылок на интернетовские тексты в научных работах. Однако сам круг поставленных проблем свидетельствует о трансформации понятия авторства в гипертекстовых массивах. Так или иначе, но можно с уверенностью сказать, что в век гипертекста сами технологии накладывают от-

печаток на персону автора, приводя ее к дальнейшей деперсонализации.

Представляется, что здесь открывается обширное поле для исследований.

### Литература

1. Barthes R. *Encyclopedia universalis*. – P., 1973. – Vol. 15.
2. Viegas F.B. Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2005. – № 10 (3).
3. Viegas S.C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse, 2007. URL: <http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761>.
4. Арутюнова Н.Д. *Язык и мир человека*. – М., 1999.
5. Барт Р. *Смерть автора* // Барт Р. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. – М., 1994.
6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. *Собрание сочинений: в 7 т.* – М., 1996. – Т. 5. – С. 200.
7. Брандес М.П. *Стилистический анализ*. – М.: Высшая школа, 1971.
8. Виноградов В.В. *О теории художественной речи*. – М., 1971.
9. Голубков М. *Русский постмодернизм: начала и концы* // *Литературная учеба*. 2003. № 6.
10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/7dde8dbb10c5ce94297e5eb859712be091044d70/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/7dde8dbb10c5ce94297e5eb859712be091044d70/)
11. Земская Е.А. *Словообразование как деятельность*. – М., 1992.
12. Корконосенко С.Г. *Основы журналистской деятельности*. URL: [https://studme.org/74082/zhurnalistika/osnovy\\_zhurnalistiskoy\\_deyatelnosti](https://studme.org/74082/zhurnalistika/osnovy_zhurnalistiskoy_deyatelnosti)
13. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // *Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму*. – М., 2000.
14. Новиков Вл. *Деноминация*. URL: <http://magazines.russ.ru/znamia/1998/7/novik.html>
15. Руднев В.П. *Словарь культуры XX века*. – М.: Аграф, 1999. – С. 113-118.
16. Солганик Г.Я. Автор как стилообразующая категория публицистического текста // *Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика*. 2001. – № 3.
17. Тынянов Ю.Н. *Поэтика. История литературы. Кино*. – М.: Наука, 1977.
18. Фуко М. *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности*. URL: <http://lib.ru/COPYRIGHT/fuko.txt>
19. Эко У. *Под Сетью (интервью с Л. Маршаллом)* // *Искусство кино*. – М., 1997. – № 9.

**Аннотация.** В современном мире наблюдается лавинообразное нарастание количества текстов разных типов. Не случайно в последние годы понятие «текст» все чаще появляется в заголовках статей и книг, в той или иной степени касающихся проблем социальной коммуникации. Однако само понятие «текст» становится настолько размытым, что с его помощью стали обозначать

явления, которые к текстам не имеют никакого отношения. Статья посвящена анализу критериев, позволяющих отличить «текст» от иных типов носителей информации.

**Ключевые слова:** текст, текстоид, медиа, автор, псевдоним.

**Dzyaloshinsky J.M.**

**Texts and Textoids, or what Happens to the Author?**

**Abstract.** In the modern world, an avalanche-like increase in the number of texts of various types is observed. It is not by chance that in recent years the concept of “text” has increasingly appeared in the headings of articles and books, to some extent related to the problems of social communication. However, the very concept of “text” becomes so vague that with its help they began to denote phenomena that have nothing to do with texts. The article is devoted to the analysis of criteria that allow to distinguish the “text” from other types of information carriers.

**Key words:** text, textoid, media, author, pseudonym.

Жақсылықбаева Р.С.

### Журналистің шығармашылық табиғаты: ізденістері мен тәжірибесі

Қазақтың аса бір талантты, серпінді топ өкілдерінің қатарына Ә. Нұршайықов, С. Байжанов, Ә. Кекілбаев, Ш. Мұртаза, К. Смайылов, Қ. Жұмаділов, М. Мағауин, С. Әшімбаев, Д. Исабеков, Т. Әбдіков, О. Бөкеев, С. Абдрахманов, Ж. Аупбаевтарды жатқызуға болады. Біз есімдерін атаған қуатты топ бүгінде атақты ақын-жазушы, қаламгер деген атқа ие болды. Бұлардың бәрі де руханият дүниесін жасауда ең алғашқы сұрлеуін, соқпақ жолын публицистикадан бастаған болатын. Оларға қанат бітіріп, шабыт әкелген, қаламгер атты қия-құзға бастаған да осы публицистика болатын.

Қазіргі таңда қазақ журналистикасының әрқилы кезеңдерінде рухани дамуымызға, мәдени өркениетке, әсіресе, ұлттық дәстүрге өз шығармаларымен айтарлықтай үлес қосқан қаламгерлердің туындыларын терең зерттеп, олардың қазақ журналистикасындағы орнын, қолтаңбасын ажыратып, бағасын беру қажеттігі туды. Сондай кезеңнің бірі – 1970-90 жылдардағы қазақ журналистикасы өкілдерінің туындылары. Қазақ журналистикасының өнімді, жемісті тұстарының бірі де осы кезең болды десек қателеспейміз.

Қаламгерлік қарымы уақытында жоғары бағасын алған, қазақ журналистикасындағы дара публицистердің бірегейі Әзілхан Нұршайықов көрген-білгендерін ерінбестен дәптерге тізе берген көрінеді. Бұл – бәріміз үшін сабақ болатын үлкен қасиет. Осы ретте Әзілханның өзі: «Газетке мақала жазу үшін алдымен ақиқат керек. Ақиқатқа негізделген мақала, хабар, очерк қана жұрт кәдесіне жарайды. Бес бөлмелі үйге қанша кірпіш керек болса, сонша кірпіш екі бөлмелі үйге жұмсаудың қажеті жоқ. Ендеше жанрына қарай жазылмақ мақалаларға жұмсалар ақиқат мөлшері де әртүрлі. Ақиқат пен тақырып бір-біріне байланысты екені мәлім. Сондықтан кейде ақиқат тілшіні тақырыпқа қарай жетектейді де, кейде тақырып оны ақиқатқа қарай бастайды.

Ақиқат жинаудың бұл екі өткелінен өтпейтін тілші жоқ», – деп жазады.

Жазушының тырнақалды туындыларынан бастап қай жанрда жазылған шығармаларын алсаңыз да дерек, факт, құжат секілді материалдарға жан бітіріп, өзі көріп, басынан өткерген немесе замандастары куә болған жайларды суреттейтінін байқайсыз. Роман, повестері мен майдан жазбалары – тарихи дерекнама негізінде жазылған дүниелер. Ә. Нұршайықовтың шығармаларында хат, күнделік, қолжазба, мінездемелер секілді деректі материалдар негізінде жазу стилі орнықты қалыптасқан. Оның сыры – жазушының әдебиетке очеркист, публицист ретінде келуінде.

Қаламы жүйрік, ойы ұшқыр Сапар Байжановтың «Абай және архив» еңбегін нағыз публицистикалық туындыға жатқызамыз. Өйткені, шығарманың ішінде өмірден келтірілген факті мен деректер бар. Публицистің «Абай және архив» атты жинағы – «Абай қол қойған жекелеген құжаттар», «Шырғалаңсыз тірлік жоқ», «Қарамолада жазылған ереже», «Сенатқа хат», «Абай үйіндегі тінту», «Өмірі мен өлімі» сияқты бірнеше бөлімнен тұратын іргелі дүние. Сонымен бірге, әр бөлімге енгізілген материалдар – қалың жұртшылық әлі біле қоймаған, жылдар бойы архив қоймаларында сарғайып, жатып қалған соны да тың дүниелер. «Абай және архив» – мұрағат қазынасының өзінен туған, қалың оқырманға берер мағлұматы да, Абайтану іліміне қосар сыбағасы да еселі, өрісі өзге дүние. Кітап өрісінің өзгеше болуы кесек мағынада айтылатын бірсыпыра себептерге байланысты. Еңбекте біз Абайды заңгер ретінде танимыз. Құнды деректің, құжатты дәйектердің әсері оқырман жүрегіне жетеді.

Ешкім де іштен журналист болып тумайтыны белгілі жайт, қаламгерлік өнер тер төге еңбектену, тынымсыз шығармашылық іс үстінде ғана қалыптасып жетіледі. Публицистің шеберлігі қай кезде де жеке-дара көрінеді, ол публицистің шығармашылық стилінен көрініс табады. Публицист Камал Смайыловты біз экономика тақырыбын кең көсіле жазатын шебер журналист ретінде де танимыз. Еліміздегі экономика саласына көп өзгерістер қажеттігін осыдан бірнеше жыл бұрын болжап айтып кеткен публицист «Қазақстан экономикасы: шешілмеген проблемалар мен реттелмеген мәселелер» атты мақаласында: «Қазақстан экономикасының тиімділігін өсіру үшін оның шикізат, отын мен

руда шығарушы ғана емес, өңдеуші, дайын өнімдер шығаруын көбейту керек», – деген қажетті ақпар береді.

Шындығында, Қазақстанның қазба байлықтары өз елімізді асырауға артып жығылады. Қазақстанның өз жерінен жаңа кен орны ашылып, үлкен құрылыс басталса, сөйтіп, аймақтық экономикалық тәуелсіз болуымыз керек деген публицист арманы бүгінде біршама жүзеге асырылып жатқандығы ақиқат. «Бізге экономикалық тәуелсіздік кеуде көтеріп елден ерек шығу үшін емес, еңсе көтеріп ел қатарына қосылу үшін қажет!» – деген Камал Смайылов ойының астарында еліміздегі игіліктердің бәрін өз мемлекетіміз үшін пайдаланудың кезі келгендігі жатыр [1].

Камал Смайыловтың «Оянған ойлары» – еліміздің тарихындағы бетбұрыс кезең, қайта құрудың өмірге ғаламат өзгерістер әкелгенін жан жақты аша түсетін, қалғып-семіп қалған ойларды оятқан соны еңбек. Көп оқып, терең ізденетін публицист бір ой айту үшін бірнеше деректерге жүгінеді. Әр мақаласын үлкен жауапкершілікпен жаза отырып, шынайы байлам тұрғысынан салмақтай түседі. Публицистің бұл ерекшелігін біз «Оянған ойларын» оқи отырып, анық көз жеткізгендей болдық.

Ш. Мұртаза 1963-1970 жылдары «Лениншіл жас» (қазіргі «Жас Алаш») газетінде, 1971-1972 жылдар «Жалын» альманағында (қазіргі журнал), 1973-1975 жылдары «Жұлдыз» журналында, 1980-1989 жылдары «Қазақ әдебиеті» газетінде, 1989-1992 жылдары «Социалистік Қазақстан» (қазіргі «Егемен Қазақстан») газетінде бас редактор, 1992-1994 жылдары «Қазақстан» телерадио компаниясының төрағасы қызметін атқарды. Бес басылымда бас редактор болған Шерхан, әсіресе, «Лениншіл жас» газетінде өз бағытын батыл қорғай білетін, принципшіл, қажетті қызметке қабілеті сай келетін кадрларды шебер іріктейтін және оларды қатал әрі әділетті түрде тәрбиелей алатын басшы екендігін көрсетті. Сондықтан да, «Көп жазушылардың қаламын ұштап, қайраған ұстаханасы – журналистика. Оның ішінде «Лениншіл жас» газетінің редакциясы шын мәнінде болашақ ақын-жазушылар университеті болды десе, әбден жарасымды» [2]. Шындығында, қазақ әдебиеті мен журналистиканың бүгінгі тандағы уық, керегесіне айналған қадау-қадау дарындардың «Лениншіл жас» бетінен қанаттануына 60-шы жылдардағы бас редактор Шерхан Мұртазаның қомақты үлесі зор.

Редактордың мойнында адам айтқысыз міндет бар, оның атқаратын жұмысы – әрі игілікті, әрі ауыр міндет. Бас редактор – автор мен тілшінің ақылшысы. Олардың кейбірі оқыс кеткен, жазу үстінде аңғара алмай, ағат жіберген кейбірі жерлері мен жолдарын редактордың жіті көздері жедел шолып, көрсетіп отыруға міндетті, әрі әділ бағасын беріп ақылын айтып отыруы тиіс. Осы тұста Шерханның: «Өз басым «Лениншіл жаста», «Жалында», «Жұлдызда», «Қазақ әдебиетінде», «Егемен Қазақстанда» адамның анкетасына, жеке іс-қағазына қараған емеспін. Бет-жүзіне қарадым. Имандысына сендім. Жазғанысызғанына қарадым. Талабы барына тоқтадым», – деп жазуы кадрды біліміне, адамгершілігіне, адалдығына, іскерлігіне, парасаттылығына қарап таңдағандығын нақтылай түседі [3].

Сейдахмет Бердіқұлов – республика журналистикасының дамуына зор үлес қосқан журналист. Оның басшылығымен шығып тұрған жастар газеті рухани, имандылық бағыттағы ізденіске, дәстүрді сақтауға, ана тілді аялауға, тарихи шындықты жаңғыртуға, экологиялық зардаптарды жоюға байланысты өткір тақырыптарды жүйелі түрде көтеріп отырды. Оның қаламынан өзіне тән қайсарлық пен мәселелерді ашық айтқан публицистикалық мақалалары мен очерктері туындады.

Спортты өнер деп қараған Сейдахмет Бердіқұлов өзінің бүкіл шығармашылығын спорттық тақырыптар мен сюжеттерге арнады. Оның «Лениншіл жас» (қазіргі «Жас Алаш») газетінде спорт тақырыбына қатысты «Қайраттың» қауқары да жоқ» (1959, 16 сәуір), «Табанды тартыс» (1959, 24 сәуір), «Қара көзілдірікпен қарама, құрбым» (1959, 22 шілде), «Бар ауызда – спартакиада» (1959, 9 тамыз), «Спартакта халық көп» (1961, 17 қаңтар), «Ойынның да өрті бар» (1961, 25 қаңтар), т.с.с. репортаж, мақалалары жарық көрді. Спорт жанкүйерлеріне жедел репортаждар жазып, жаңалықты жұртқа жеткізуге асығатын Сейдахметтің футбол командасының сәтсіз ойынынан қайтқан жұрттың көңіл күйін: «Ұтылыс кімге де болса жақсы дейсіз. Дегенмен, жұртшылық табанды тартысқан ойыншыларға ренжіп қайтқан жоқ», – деп қалтқысыз жеткізеді [4]. Ол қайсыбір публицистикалық туындыларында спорттың қым-қуыт құпиясын, жойқын күштің жекпе-жегін, палуандардың өзіне тән табанды тартысын шынайы қалпында суреттей отырып, спорттың өзіне

тән сұлулығын оқырманға жайып салады. Публицистің спорт тақырыбына арналған туындыларының көркемдік құдіреті осында жатса керек.

«Бердіқұлов мектебі» талай-талай спорт журналистикасының тарланын тәрбиелеп, қазақ спортының дамуына көмек болары сөзсіз. Кез келгенге тізгінді ұстата бермейтін спорт сынды сиқырлы әлем тылсымын терең түсініп жазған Сейдахмет спорт тақырыбын дүниежүзілік дәрежеге көтере білді.

Оралхан Бөкеев – өзгеше стиль дәрежесіне дейін көтерілген шебер қаламгердің бірі. Шығармашылық адамының еңбегі, айналып келгенде, оның адами кейпін, азаматтық ұстанымын айқындайды. Адам мен табиғат концепциясында, табиғат – идеал әлем, ол – сұлулықтың, мәңгілік үйлесімнің мекен-тұрағы, әсемдіктің өрісі. Оның түсінігінде, табиғатсыз – адам тұл, күні қараң. Ал табиғат адамзатқа тәуелсіз, дербес әлем.

Қаламгер повестерінде ойға, толғанысқа толы философиялық үшқырлық сипаты басым болып келеді. Айналасындағы өзі көріп жүрген мінезі мен әрекетіне қатысты қайшылық пен жұмбақтылықты көркем тілмен шебер жеткізе біледі. Сол үшін оның әрбір шығармасы түгел сөздің түбін білетін сара сөздің сарабал сардары екенін айқындай түседі. «Атау кере» повесінің реализмі жазушының қоғамдық өмірдегі әлеуметтік құбылыстарды жіті зерделеп, заман мен адам, адам мен адам арасындағы күрделі қарым-қатынастарға терең бойлай білген шеберлігінде жатыр. Қаламгер нақты болмыс пен қоғамдық өмірдің ащы шындығын ашып, оның келеңсіз жақтарын терең көрсете білді. Суреткер замана дертін, адамзатты аздыруға себепкер осал тұстарды тап басып, өмір шындығын көркемдік тәсілмен биік деңгейде шебер баяндайды. Өз дәуірінің өзекті мәселелерін ашық көрсете білген шығарма мұраты – адамзатты ғасыр дертінен сақтандыру. Оралхан кейіпкері Тағанның аузына мынадай сөздерді сала отырып, қоғамдағы шындықты дөп басып жазып шығады: «Біздер тарих-ананы қатты ренжіттік. Өз ұлтымыздың тарихын кісенде ұстадық, киесі ұрады деп білмедік. Шала-жансар жасалған оқулыққа сендік, шала сауаттыларға сендік, шабына от түссе де айтайық: Өкімет басында отырғандардың бар-барлығына сендік, олардың ақ дегені – алғыс, қара дегені – қарғыс болды...» [5]. Осыдан келіп, Оралханды адамның ішкі әлемін ашып, оның жан

дүниесін үңіле зерттеуге талаптанған романтик-жазушы екендігін тани отырып, оның қаламынан туған шығармаларынан өзімізге ұқсай тұрып ұқсамайтын, өзімізге таныс әрі бейтаныс өмірдегі кейіпкерлерді кездестіреміз. Адам қиялын қаймағы бұзылмаған соныларға жетелер осынау кейіпкерлердің меңзейтін бір тұсы, бір әлемі бар. Ол – Бөкеев әлемі, жазушының жазушылығы да өз қиялымен, шығармашылық фантазиясымен әрбір кейіпкер кейпіне ене білуінде болса керек. Ол өз шығармаларында қарама-қайшылығы мол күнделікті күйкі тірлікке, нақты болмысқа адам мен табиғат үйлесер рухани әлемді қарсы қояды. Жазушының әр кейіпкері – өзінше бір-бір жұмбақ әлем.

Әдеби салаға жетпісінші жылдары келіп, сын, публицистика саласында өз орнын айқындай білген тұлғалардың бірі ретінде Сағат Әшімбаевтың қаламынан шыққан «Азаматтық позиция – айқындаушы күш», «Азаматтық формуласы», «Ақын жанын жабырқатқан жайлар немесе Абай өлеңдерін жүз жылдан кейін оқыған соң туған ойлар», «Абай тағылымы» – азаматтық тағлым», «Өлең сөздің өрнегі», т.с.с. туындыларын ерекше атап өтуімізге болады. Осы жылдардың еншісіндегі «Ғ. Мүсірепов туралы триптих» – Ғабит Махмұтұлы Мүсірепов секілді сирек дарынның адамгершілік және қаламгерлік қарымын беруге тырысқан шығармашылық портреттің нағыз үлгісі.

Сыншы Сағаттың жүріп өткен жолдарына қарағанда, 17 жыл ғұмырын қазақ басылымдарында қарапайым әдеби қызметкерліктен бастап, редактордың орынбасары секілді жауапты қызметтерге дейін атқарғандығын аңғаруға болады. Ендігі бір жауапты қызметтерінің, қиын кезеңдерінің бірі – Сағаттың телеарнадағы сыннан өтуі еді. Публицистің «Парыз бен қарыз» хабары еркін пікір алысуға құрылды. Қызу пікірталас алаңына айналатын телеклуб эфирге 1988-1989 жылдары шығып тұрды. Алайда хабар эфирге белгілі бір уақытта шығып тұрмады. Кеңестік кезеңдегі Сағаттан жоғары отырғандардың кейбірі хабарды қалай да тоқтату керек екенін түсінді. 30 хабар, 24 сағаттан тұратын «Парыз бен қарыздың» екі жыл ішінде эфирге шыққан тақырыптары «Азаматтық парыз», «Демократия және бюрократия», «Интеллигент деп кімді айтамыз?», «Қайта құру және интеллигенция», «Ұлттық сана және рухани бірлік», «Ұлт тілінің тағдыры», «Жариялылық туралы ойлар», «Рухани мәдениет ту-

ралы сөз» деп аталды. Қазақ теледидарының жарты ғасырлық өмір жолы қызықты шежірелерге, тарихи фактілерге, танымды деректерге бай. Осы жылдар аралығында ұлттық телеарнада он мыңға жуық адам түрлі салаларда қызметтер атқарды. Олардың ел жадында сақталатын істері, аянбаған еңбектері кешегі, бүгінгі сан миллиондаған телекөрермендері мен қазіргі және болашақ ізбасарларының жүрегінде сақталатыны хақ. Кезінде Луначарскийдің: «Сыншы үлкенді-кішілі барлық суреткерлердің ұстазы», – деген сөзін ескерсек, Сағат та әдебиет пен сын сала-сында жүргендердің білімді де білікті ұстазы бола білді.

Белгілі публицист Жанболат Аупбаевты «Тақырып қоюдың тапқыр шебері» десек, артық айтпаған болар едік. Оның әрбір шығармасының тақырыбына үңіліп отырып-ақ не айтайын деп тұрғанын ұғуға болады. Табиғаттың төтенше құбылыстары мен таңғажайып оқиғалары, экологиялық мәселелер, жалпы адам мен қоршаған орта арасындағы құпия байланыстар, тылсым сырлар мен үндестік жайттары Аупбаев қаламынан сырлы саз болып, өзекті де таптырмас тақырып болып төгіліп жатады.

Жанболат мақалаларындағы тауып қойылған сәтті тақырыптың өзі оқырманның қызығушылығын тудырады. Мақаланы оқуға еріксіз итермелейді. Осы тұрғыдан айтар болсақ, Жанболат Аупбаев мақалалары тақырыптарының өзі жұрт назарын елең еткізеді. Мәселен, «Дебют немесе сен қайда жүрсің, Қожа?», «Алтайдың аясында бір ауыл бар», «Диссидент», «Азияның айда-ры», «Хабарды жүргізген: Ләзиза Айманова!», «Мінәйім, Мінәй әже туралы да айтайық. Себебі...», «Құбылаға қара!», «№1 Халық Қаһарманы», «Әбілсейіттің Моңғолиядағы «інісі», «Отандас немесе мен білетін Михайлов» деген секілді кете береді. Мағына тереңдігін айтпағанда, тақырыптағы естілу тартымдылығының өзі мақала мәтінінің табиғи ажарынан хабар береді.

Қазақ журналистерінің рухани әлемімізде публицистиканы қалыптастыруға тигізген әсері аз емес. Публицистиканың ішкі сырын, сипат-қасиеттерін, әдіс-тәсілдерін, көркемдік ізденістерін саралау – кезек күттірмейтін мәселе. Мұның өзі, сайып келгенде, бүгінге дейінгі журналистиканың даму деңгейін көрсетеді. Демек, қазақ публицистикасының өсіп-өркендеуі бұрынғының бүгінге негіз болуынан деп қарау керек. Дәстүрлі шығармашылықты қалыптастырушылар санатында журналистермен бірге, клас-

сик жазушылардың да публицистиканы өркендетуге қосатынын білгеніміз жөн. Журналист өмірі – шығармашылық шеберліктен тұратын күрделі жүйе. Сондықтан, ол қайталанбаушылыққа жолықпай, үнемі жаңа идея, зерттелмеген жаңа дүниелерді ашып, халыққа таратуды талап етеді. Жалпы, шығармашылық шеберлікте табиғи дарынның, қарым-қабілеттің, білім мен ізденістің ауадай қажет екені, айналып келгенде, шеберліктің бастау саласына айналары сөзсіз.

**Әдебиеттер:**

1. Смайылов К. Оянған ойлар. – Алматы, 1991. 5 б.
2. Мұртаза Ш. Жұмагүлдің жұлдызы //Егемен Қазақстан. 26 желтоқсан 1998.
3. Мұртаза Ш. Шындықты шындап, мұратты мүсіндеген //Егемен Қазақстан. 9 қараша 1993.
4. Бердіқұлов С. Табанды тартыс //Лениншіл жас, 24 сәуір 1959.
5. Бөкей О. Екі томдық таңдамалы шығармалар. Екінші том. – Алматы: Жазушы, 1996. – 355 б.

Мухамедиева Н.Б.

### Халықаралық әскери қақтығыстардың жаңа мүмкіндіктері

Шиеленіс, дағдарыс, қақтығыс сияқты сөздердің мағынасы атыс-шабысты, аяушылықтың жоқтығын, елдегі әлеуметтік тұрақсыздық пен жұмыссыздықты елестетеді. Бұл құбылыстың адамзатқа жағымсыз зардаптар әкелетіні анық. «Жанжал» термині латын тілінен аударғанда «қақтығыс», «дағдарыс», «шиеленіс» деп түсіндіріледі. Американдық әлеуметтанушы Л. Козердің берген анықтамасы көптеген сөздіктер мен қоғамдық ғылымдар жайындағы энциклопедияларға енгізілген. Ол: «Жанжал – билік үшін, белгілі әлеуметтік орын немесе материалдық байлық үшін талас», – деген анықтама берген. Жанжалда қарсы тараптардың басты мақсаты – бір-біріне қандай да зақым келтіру, қарсыласын жою. Л. Козердің айтуынша, жанжалдардың өзіндік пайдасы да бар, ол жаңа мүмкіндіктер мен дамуларға жол ашады.

Бұл терминді қоғамдық ғылымдар да түсіндіреді. Жеке тұлғалар мен әлеуметтік топтардың ортақ қызығушылықтары мен іс-әрекеттері, көзқарастары мен ұстанымдары бір жерден шықпайды. Яғни, қоғамдық қатынастардың әртүрлі позицияны ұстанып, бір ымыраға келмеуінен туындайтын құбылыс. Жанжалдарды таралу ауқымы мен даму сатысына қарай бірнеше топқа бөліп қарастыруға болады. Олар: мемлекет ішіндегі жанжалдар, мемлекетаралық пікірталас, халықаралық қарулы қақтығыстар және халықаралық әскери қақтығыстар. Халықаралық қақтығыстың жіктелуіне әскери қару-жарақты қолдану, әскери шабуылдардың қарқыны, қатысушылардың санының белгілері негіз болады.

Мемлекет ішіндегі жанжалдар шешімін таппаған «қоғамдық келісімдер», халықтың тұрмыс жағдайының бұзылуы, адам құқығының жаппай және өрескел бұзылуы, себепсіз экономикалық өзгерістер сияқты құбылыстардан туындайды. Олар бейбіт шерулер мен жаппай толқулардан бастау алып, саяси шешім таппаған жағдайда қарулы қақтығысқа ұласып кетуі мүмкін. Көп жағдайда

бұл ретсіздіктер халықаралық (мемлекетаралық) деңгейге ұласып кетеді.

Халықаралық жағдай деп – мүдделері ортақ бола отырып, бір-біріне ашық наразылық білдірмеген кезде бір немесе бірнеше мемлекет арасында орын алған шиеленіс жағдайын айтамыз.

Мемлекетаралық (халықаралық) пікірталас кезеңі уақытында шешілмесе, агрессиялық сипат алып, бірден қарулы қақтығысқа айналады. Халықаралық пікірталас – мемлекеттердің ортақ мәселеге байланысты бір біріне ашық наразылық білдіруінен туындайды. БҰҰ Жарғысының қағидасына сәйкес (3-тармақ, 2-бап), халықаралық даулар «халықаралық бейбітшілікке, қауіпсіздік пен әділеттілікке нұқсан келтірмейтіндей жолмен» шешілуі керек. 1970 жылғы халықаралық құқық қағидаттарының Декларациясы бұл ұстанымды бекітті. БҰҰ Бас Ассамблеясының 37-ші сессиясы 1982 жылы халықаралық дауларды бейбіт шешу туралы Декларациясын қабылдады. БҰҰ Жарғысы халықаралық дауларды бейбіт шешу жүйесін бекіткен. Яғни, екіжақты, көпжақты немесе халықаралық конференция түрінде өтетін жүйелі келіссөздер, халықаралық бітімге келтіру жұмыстары, халықаралық төрелік пен сот рәсімдері, дауларды халықаралық мекемелерде шешу.

Қарулы қақтығыстар қару қолданылған акциялар мен қарулы қақтығыстар түрінде басталуы мүмкін, ал, кей жағдайда, ұлттық, этникалық, діни және басқа да келіспеушіліктерді қарумен шешу амалынан туындайды. Қарулы қақтығыстар бейбіт қарым-қатынастарды бұзып, олардың арасына қарулы күрес жағдайын орнатады. Осы ретте қарулы қақтығыс пен әскери қақтығыс түсініктерін бөліп қараған жөн. Ресей Федерациясының 2010 жылғы әскери Доктринасында (6-бабы) «әскери қақтығыс» пен «қарулы қақтығыс» түсініктері өте түсінікті сараланған.

Мемлекеттер арасындағы шектеулі ауқымдағы немесе бір мемлекет аумағындағы ішкі жағдайларды қарулы қақтығыстар деп түсіндіреді. Ал, әскери қақтығыс мемлекетаралық немесе мемлекет ішіндегі қайшылықтарды әскери күштермен шешу деп түсіндіріледі (ірі көлемдегі, аймақтық, жергілікті және қарулы қарсылықтың барлық түрін қамтиды). Ресей Федерациясының Әскери доктринасы халықаралық-құқықтық актілерден ерекшеленетін жаңа амалдарды осылайша енгізді. Тақырыптың зерттелуі ірі масштабтағы қақтығыстар туралы,

яғни, халықаралық әскери қақтығыстар турасында өрбитіндіктен, осы терминді кеңірек талқылайық.

Қазіргі заманғы әскери қақтығыстардың сипаты, негізгі белгілері – олардың әскери-саяси мақсатымен, қолданылатын қару түрлерімен, ауқымымен айқындалады:

– таралу кеңістігінің үнемі ұлғайып отыруы, ұтқырлық, әскери іс-қимылдың дәстүрлі емес тәсілдерін пайдалану, қашықтықтан алдын ала ату арқылы жою және электрондық жаныштау;

– жүйесіз, кейде тіпті заңсыз қарулы құрылымдардың қатысуы;

– қару-жарақ пен әскери техниканың қазіргі заманғы жоғары тиімді жүйелерінің қолданылуы;

– жанама стратегиялық іс-қимылдардың кеңінен қолданылуы (саяси және психологиялық қысым көрсету, экономикалық санкциялар, ақпараттық соғыс, көлік коммуникацияларын шектеу, күш көрсету және т. б.);

– мемлекеттік және әскери басқару жүйесіне іріткі салу;

– әскерлер мен қаруды басқару жүйелерін қатардан шығару;

– негізінен энергетика кәсіпорындарын, қауіпті өндірістерді, коммуникацияларды, инфрақұрылым мен тіршілікті қамтамасыз ету объектілерін жою.

Шорохов Д.П.

### **Фактчекинг и медийная грамотность: на примере анализа экспертного мнения**

В последнее время мы довольно часто встречаем модные заимствования «фактчекинг» и «фейкньюс», когда речь заходит о медиаиндустрии, медийной и информационной грамотности, в общем, обо всем, что связано с коммуникативистикой и деятельностью современных СМИ, в том числе и социальных сетей.

В принципе, если смотреть с позиции исторического осмысления, то ничего нового здесь нет. Простыми словами фактчекинг – это верификация данных, то есть проверка информации. А фейкньюс – это неверная информация, дезинформация, или совсем уже по-простому – «утка».

К чему сводятся тренинги по фактчекингу, которые проводятся различными НПО? Прежде всего к тому, что информацию нужно проверять и перепроверять, к официальным сообщениям необходимо относиться с разумной долей скепсиса и т.д. Предлагаются разного рода шкалы, «сетки» и схемы по оценке фактологической насыщенности сюжетов, заметок и т.п. Приводятся аутентичные кейсы для разбора. В общем, все в рамках разумного и резонного. Если отбросить весь флер новомодной терминологии, изобилие продвинутого сленга и прочее наносное, то мы увидим, что почти ничего фундаментально нового здесь нет.

Иногда, правда, могут всплывать какие-нибудь интересные моменты или курьезы, как например на одном подобном мероприятии, проводившемся под эгидой «Internews» весной 2018 года. Украинский эксперт Шт-кий делился с казахстанскими коллегами собственными рецептами. Правда, рекомендации оказались не совсем эксклюзивными – все та же апелляция к передовому опыту западных репортеров. Украинский гость ссылался на одну свою знакомую – редактора небольшой американской газеты, которая проблему с фейковыми новостями решает следующим образом. Для своих подопечных она выработала правило, чтобы ей

ни под каким предлогом не приносили информацию, которая не подтверждена в трех других источниках – будь то интернет, люди, либо что-нибудь другое.

Правило, прямо скажем, просто замечательное. Только почему в трех, а не в пяти или десяти источниках? Хорош такой подход для чего угодно, но только не для журналистики, потому что СМИ – это те же гонки, где соревнование идет по принципу, кто первым сообщит что-то новое и стоящее, тот и победитель. Газета, которую интересно читать через неделю – это не газета. И если новость появилась в трех других масс-медиа, то это уже не новость, а перепечатка.

Кстати, по поводу того, насколько американские СМИ могут служить для нас ориентиром, г-ну Шт-ому был задан отдельный вопрос, так как даже Трамп неоднократно обвинял телеканалы США в предвзятом отношении, а CNN он вообще демонстративно игнорирует, называя их «Фэйкньюс» и предпочитая для общения с публикой Twitter. На что украинский эксперт ответил, что проблема в Президенте. Что тут добавишь, здесь проблема не в компетентности г-на Шт-кого, а в ангажированности.

Раз деньги поступают из Америки, уже никак не получится ссылаться на принципы и кодексы советской журналистики. Хотя если вспомнить, то в целом народ доверял советской печати, где были свои жирные плюсы и минусы. Например, то, что декларировалось на методологическом и дидактическом уровне по большому счету имеет хорошую фундаментальную основу. По крайней мере то, что затрагивает природу влияния информации на социальные институты, то, что рассматривает агитацию и пропаганду, внедрение идеологических ценности и т.д. Все это во многом актуально и сегодня.

Другое дело, что уже на практике в освещении целого ряда идеологических вопросов зачастую проявлялся формализм, многое, что называется, притягивалось за уши к решениям Съездов, Политбюро и классическим произведениям марксизма-ленинизма. Серьезные вопросы может вызывать и однопартийность советских СМИП. Но опять же мир многообразен и не везде есть многопартийная система, например, Китай, да или даже современный Казахстан, здесь речь идет о реальном положении дел, а не о номинальном.

К тому же рассматривая природу масс-медиа, проявление партийной позиции СМИ очевидно даже в так называемых демократически развитых странах. Новостная повестка, методы интерпретации фактов и расстановка смысловых акцентов далеко не случайны на CNN и FoxNews. **В первом случае они максимально совпадают с позицией демократов, во втором – соответствуют взглядам республиканцев.** И совсем не важно, что слоган FoxNews звучит как «Fair and balanced» («справедливый и взвешенный»). Это не помешало каналу предвзято освещать грузино-осетинский конфликт 2008 года, когда ведущий Шепард Смит по сути дела не дал высказать мнение 12-летней Аманде Кокоевой и ее тете Лоре Тедеевой-Коревиски [1], когда те стали обвинять грузинскую сторону и Саакашвили в агрессии. Или, например, пресловутый декабрьский видеорепортаж FoxNews 2011 года из ночной Москвы, где растут пальмы, пылают пожары, а полиция разгоняет демонстрантов [2].

Не лучше ситуация и с CNN, демократическая направленность которой отнюдь не гарантирует ее объективность. Еще во время Югославской кампании по мнению ученых Эдварда Хермана и Филиппа Хаммонда CNN выступали как информационное оружие НАТО. Находясь в зависимости от поддержки правительства США за рубежом, новостная повестка канала формировалась на основе официальных пресс-релизов и отчетов, а деятельность его работников во многом сводилась к тому, чтобы освещать «правильные» пресс-конференции, приглашать в эфир соответствующих гостей и без ошибок произносить все имена [3].

В общем отталкиваясь от реальных данных, мы не можем видеть ни одной абсолютно объективной и идеальной модели журналистики. Все в той или иной мере обвиняют идеологических конкурентов в предвзятости и в то же время сами наступают на те же грабли и зачастую проявляют откровенную некомпетентность. О чем мы и поговорим далее.

Прежде чем перейти к рассмотрению конкретных примеров, немного внимания уделим функциональным обязанностям журналиста. Здесь важно сказать, что роль журналиста не ограничивается только тем, чтобы пересказать что-то своими словами, либо предоставить слово какому-нибудь эксперту. Важно понимать, что когда мы говорим о том, что журналистика в первую

очередь нацелена на удовлетворение потребности общества в информации, а именно в этом ее назначение как социального института, мы должны помнить, что речь идет об объективной, реальной, фактической информации, а не о распространении слухов, сплетен, домыслов, инсинуаций, диффамаций и т.п. А это в свою очередь значит, что ответственность журналиста, его компетентность определяется тем, насколько валидными являются источники его информации, насколько адекватными являются его эксперты и комментаторы.

Говоря проще, отговорка, что пригласили гостя в студию, а он говорит всякие глупости – не принимается. Профессиональный редактор должен четко знать кого приглашать и что ждать от этого человека. На ум сразу же приходит «псевдоукраинский паноптикум» ОРТ, НТВ и дальше по списку – Ковтун, Трюхан и прочая экзотичная братия, сидящая на хорошей зарплате и что примечательно при всей ненависти к «режиму путинской России», домой, на родину, не спешащая. Вообще надо сказать, что тема украинского политического дискурса и дезинформации заслуживает отдельного глубокого изучения, поэтому сейчас останавливаться на ней мы не будем. Однако вскользь можно сказать, что формат диалогов на так-шоу «60 минут» и ему подобных, когда речь касается Украины, к сожалению, все больше напоминают откровенный балаган и клоунаду. И ответственность за то, что в студии дело доходит едва ли не до рукоприкладства, в полной мере лежит на тех, кто приглашает и ведет эти передачи.

Понятно, что формат ток-шоу отличается от новостных блоков, так как предполагает дискуссию и столкновение противоположенных точек зрения, однако всему есть границы, и приличие необходимо соблюдать. Наше общество планомерно скатывается в плоскость маргинальных отношений. Практически нормой, особенно в социальных сетях, становится ненормативная лексика и откровенный мат. Дискуссии в комментариях на Ютубе крайне редко, когда не переходят на рельсы личных оскорблений и разжигания межнациональной розни. Все это отчасти является следствием тех стандартов, которые задают традиционные масс-медиа.

Еще один момент – это тотальная некомпетентность, на которой мы и постараемся заострить внимание. К сожалению, пу-

бличные псевдоэксперты, претендующие на статус универсальных «всезнаек», коим слава Вассермана не дает покоя, становятся крайне распространенным явлением в информационной среде. Слыша звон, да не зная, где он, они с умным видом готовы обсуждать любые вопросы, ничуть не заботясь о собственной репутации. В качестве примера, мы рассмотрим то, каким образом подавалась и комментировалась новость об отставке Нурсултана Назарбаева 19 марта этого года.

На сайте Вести.ру выложено видео [4], которое также можно найти в Ютубе «Нурсултан Назарбаев сложил полномочия президента и назначил преемника – Россия 24» [5]. Это специальный 20-минутный блок новостей, посвященный отставке Елбасы. В телеэфире он начал транслироваться в 16 часов 18 минут по московскому времени. То есть по горячим следам после выступления самого Назарбаева.

Около 4 минут ушло на то, чтобы ввести зрителей в курс дела, а затем на прямой связи был диалог с экспертом – заместителем декана факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ Андреем Суздальцевым. Ниже приведем распечатку фрагмента этого диалога. После вопроса журналиста о том, насколько ожидаема была эта отставка Суздальцев отвечает:

«Частично было ожидаема. Напоминаю, что несколько недель назад бывший президент РК отправил в отставку свое правительство во главе с премьер-министром. И там появился очень интересный персонаж по фамилии Мамаев, которого мы внимательно анализировали и пришли к выводу, что это, вероятно, скорее всего наследник и приемник, очень подготовленный человек из казахстанской элиты...» [5].

Следующий вопрос ведущей касается того, что Назарбаев сделал за 30 лет и что эксперт знает о преемнике. На что следует вот такой крайне содержательный ответ Суздальцева:

«Мамаев... Я сейчас начну с конца. Мамаев – опытный аппаратчик, имеет хороший опыт управления. И он вне традиционных интриг и дрязг региональной казахстанской элиты. Надо сказать сразу, что в Казахстане региональные элиты по традиции очень сильны. Это его сильная сторона, он очень продуманный человек. И мы думаем там будет все нормально...» Далее идет пространное рассуждение о сделанном На-

зарбаевым и несколько слов о реальном переходе на демократические рельсы [5].

Комментировать данный пассаж достаточно сложно. Чего только стоит сленговое словосочетание «продуманный человек». И это мнение солидного ученого, зам. декана факультета мировой экономики и мировой политики на канале «Россия 24»? Казалось бы, если не владеешь информацией, зачем вдаваться в подробности? А когда выпадает случай и так хочется еще раз мелькнуть на экране, можно ограничиться общими фразами. Но нет, тщеславие и жажда медийной популярности – сродни болезни, своего рода PR-нарциссизм. До этого момента Суздальцев охотно раздавал интервью по поводу Украины, а теперь вдруг стал экспертом по Центрально-Азиатскому региону.

В общем, как мы знаем, никакого Мамаева среди казахстанских политических тяжеловесов не существует. Речь идет об Аскаре Мамине, которого Суздальцев перепутал с футболистом и дебоширом Мамаевым. Кстати, Росбалт и некоторые другие ресурсы, когда печатали его мнение, естественно заменили фамилию Мамаева на Мамина. Впрочем, как стало известно уже совсем вскоре приемником стал вовсе не Премьер-министр, а Спикер Сената Парламента РК К.-Ж. Токаев, фамилию которого в другом влиятельном СМИ тоже перепутали.

На этот раз речь идет о Русской службе ВВС. На Ютубе выложена передача «ТВ-новости: полный выпуск от 19 марта», где на 4 минуте 10 секунде корреспондент Наргиза Рыскулова говорит следующее: «исполняющим обязанности Президента станет спикер Парламента нынешнего Токбаев» [6].

Интересно, что за комментарием редакторы Русской службы ВВС обратились ни в Астану и даже ни в Алматы, а в Бишкек – именно там и находится корпункт Рыскуловой. По этому поводу пользователи вполне резонно отреагировали достаточно резкими репликами в том числе и насчет компетентности Наргизы.

Вернемся к комментариям экспертов. Сразу после того, как стало известно, что Назарбаев ушел, а исполняющим обязанности Президента стал Токаев, возникло два ключевых вопроса: 1) когда будут выборы и 2) кто станет избранным президентом? Как говорится непаханая нива для разного рода инсинуаций, спекуляций, интерполяций, проекций и прочих домыслов.

На этот раз речь идет о канале «Радио Свобода» (Streamed live on Mar 20, 2019) и передаче «Президент, ставший столицей. Кому пригодится опыт Назарбаева?». Один из участников дискуссии политолог Станислав Белковский на 8 минуте, рассуждая о том, кто станет президентом Казахстана, делает сначала предположение насчет дочери Назарбаева – Дариги, при этом ставя ударение на втором слоге, а затем насчет Байбека. Для точности приведем дословно цитату его высказывания: «вот называют кандидатуру Байбека – это нынешний аким, мэр, Астаны – столицы. Теперь уже не Астаны, а Нур-Султана. Ну, мэр Нур-Султана – это... в этом своя функция власти тоже есть» [7].

Реагировать на это без иронии невозможно. Мало того, что перепутал города, так еще и попытался найти какие-то едва ли не сакральные корреляции между функцией власти, новым именем Астаны и будущим президентством Байбека.

Вообще у экспертов наподобие Белковского и Суздальцева в арсенале всегда есть великолепный инструмент, который дает им неограниченный карт-бланш для того, чтобы выдавать собственные фантазии за научнообразное мнение специалиста. Для этого достаточно использовать следующие ключевые фразы: «по инсайдерской информации», «как говорят коллеги», «бытует мнение», «называют» и далее можно продолжать очень долго. Главное не надо ни на кого конкретно ссылаться, мотивируя это тем, что информация засекречена и владеет ей только ограниченный круг людей, к которому, естественно относится наш эксперт и именно на его долю выпало счастье артикулировать эти сакральные знания. Пожалуй, давно уже пора провести отдельное исследование по поводу того, какой процент публичных прогнозов медийных личностей, звезд политических ток-шоу реально сбывается. Тогда можно будет точно выделить долю информационного шума в эфирном времени.

Еще один вопрос, который активно обсуждался сразу же после 19 марта, касался того, когда же будут президентские выборы. Первоначально официальной информации по этому поводу не было, поэтому мнения экспертов разделилось. Надо сразу сказать, что одним из первых наиболее адекватные оценки и прогнозы дал Российского института стратегических исследований на Ютуб-канале «РИСИ ТВ» в материале «Почему На-

зарбаев подал в отставку». Относительно небольшой – семиминутный видеокomentarий Вячеслава Холодкова был выложен 19 марта.

Впрочем, и у него не обошлось без помарок. Например, Холодков говорит: «Причем отставка состоялась до весеннего праздника Навруз. Одного из самых главных мусульманских праздников. Это тоже необычно...» [8]. Довольно странно для специалиста называть этот праздник одним из главных мусульманских. Что уже само по себе вызывает некоторое недоумение. Кроме того, применительно к Казахстану Навруз, правильно именовать Наурызом. Ту же неточность, кстати, допустило обозреватель немецкого радио «Deutsche Welle» Виталий Волков. На официальном сайте «DW» также Наурыз упоминается как Навруз [9]. С одной стороны – это, конечно же, мелкие неточности, но с другой – они наглядно характеризуют степень компетентности, ведь как говорил герой Конан Дойла – незначительные детали обычно важнее всего. А задолго до него метко подметил Публий Сир – *sic parvis magna* (великое начинается в малом).

Возвращаясь к Холодкову, на 4 минуте 52 секунде он озвучивает такую информацию: «По закону в течение двух месяцев должны быть проведены следующие выборы» [8]. Как мы видим здесь не уточняется по какому конкретно закону и что имеется в виду. В этом кроется небольшой нюанс, на который отреагировали уже наши СМИ.

В студию интернет-газеты ZonaKZ 26 марта был приглашен политолог Андрей Чеботарев, рассуждавший в рамках передачи «Куда приведет транзит?» о новой конфигурации политической системы Казахстана. Вел этот выпуск журналист Владислав Юрицын, который практически в самом начале интервью (на 1 мин 50 секунде) ссылается на Холодкова. Причем делает он это дословно следующим образом:

«Видел одного из российских экспертов. Он из РИСИ – Российский институт стратегических исследований, вроде нашего КИСИ. Прошу прощения, не запомнил фамилию, но запомнил высказанную фразу. Он сказал, что по конституции через два месяца должны быть объявлены досрочные выборы, но я в Конституции этой нормы не нашел. Вопрос – это ошибка или что?» [10].

На что Чеботарев дает следующий ответ:

«Российскому эксперту надо было, действительно, внимательно читать и Конституцию, и новостные ленты. Потому что человек, который принимает на себя полномочия президента, это в данном случае К.-Ж. Токаев, он будет президентствовать до завершения срока теперь уже бывшего Президента Нурсултана Назарбаева, который был избран последний раз в апреле 2015 года, и, следовательно, в апреле 20-го срок заканчивается. Но возникает правовая коллизия, потому что по конституции у нас выборы проводятся в первое воскресенье декабря. И как они будут выходить из этой ситуации пока сказать трудно. Возможно, опять объявят досрочные выборы» [10].

Анализируя вышеприведенный диалог, начнем с того, что Юрицын, несмотря на свой достаточно большой профессиональный опыт, просто поленился пересмотреть выступление Холодкова, не запомнив ни его фамилии, ни того, что он конкретно говорил. Отсюда и проблема дальнейшей интерпретации. Чеботарев в целом правильно описывает ситуацию до того момента, пока речь касается очередных выборов. Но ведь речь идет о Казахстане, а у нас уже стало доброй традицией проводить внеочередные выборы, в отношении которых как раз-таки и предписан двухмесячный срок.

Таким образом мы имеем в сухом остатке прогноз, который далек от реалий сегодняшнего дня. Характерно в данном случае то, что подобных прогнозов тьма. А вот таких, которые бы реально соответствовали действительности, к сожалению, мизерное количество, да и то большинство из них очевидны даже для ребенка.

В итоге получается, что рядовой пользователь интернета, когда читает вэб-издания, смотрит Ютуб или черпает информацию из социальных сетей, неизбежно сталкивается с непропорционально огромной массой информационного шума. Ситуация усугубляется тем, что помимо профессиональных комментаторов, появляются разного рода блогеры, которые с высоты своей колокольни пытаются трактовать те или иные события, давать политические оценки и формировать свою информационную повестку. Медийное пространство диктуют свои правила, одно из которых сводится к тому, что чем чаще персона мелькает на экране, чем больше ее в эфире, тем более она узнаваема. И вовсе не важно,

что она транслирует, насколько ее месседжи содержательны и объективны, главное чутко следить за трендами и быть на волне «хайпа». А это приводит к тому, что действительно интересный, познавательный и полезный контент отодвигается на задний план. В куче информационного мусора становится все сложнее и сложнее находить что-то ценное, и в том числе то, что могло бы составлять конкуренцию официальной точке зрения.

Таким образом мы еще раз акцентируем внимание на том, что концепция медийной и информационной грамотности должна концентрироваться не только на том, чтобы приучать аудиторию к развитию критического мышления и выработке изначального скептического аттитюда во время любого коммуникационного процесса (через все виды масс-медиа), но также обращать внимание на комплекс мер, которые необходимо предпринимать в отношении современной системы распространения информации. Общество необходимо оберегать от излишнего изобилия фейковых месседжей, потому что в противном случае ситуация может развиваться в деструктивном русле, тем более, что данное негативное явление носит не единичный, спорадический характер, а превратилось в мейнстрим.

#### **Литература:**

1. <https://video.foxnews.com/v/3911776/#sp=show-clips>
2. <https://inosmi.ru/video/20111209/179821988.html>
3. Hammond P., Herman E. S. CNN's Institutional Constraints // *Degraded Capability: The Media and the Kosovo Crisis*. – Pluto Press, 2000. – С. 112. – 222 с. – ISBN 9780745316314
4. <https://www.vesti.ru/doc.html?id=3127942&cid=7#>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=7yREnskGxWw>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=fbhNG4ZMqoc>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=7N90JAwGLjc>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=YsPzzJP702Q>
9. [www.dw.com/ru/нурсултан-назарбаев-отставка-с-подушкой-безопасности/a-47981098](http://www.dw.com/ru/нурсултан-назарбаев-отставка-с-подушкой-безопасности/a-47981098)
10. <https://www.youtube.com/watch?v=dIt4II-TDSc>

## Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Адилова Л.Ф.

### Новое прочтение истории: конструирование новой реальности

Война из-за ее развертывания и разделения в социальном пространстве-времени воспринимается не только на уровне фактов непосредственной реальности, но и в форме абстрактного идеализированного образа – образа войны. Образ войны является в определенной степени специфическим социальным существом войны.

Зачастую появление в массовом сознании того или иного образа военного конфликта полностью зависит от деятельности средств массовой информации.

Особенности образа войны, возникающего в результате проектирования, зависят от многих факторов, в том числе от того, как происходит процесс «понимания», конструирования и продвижения новых оценок и значений в восприятии образа каждым получателем и группами получателей. Понимание образа можно определить, как процесс диалога между субъектами общения, предметно-практическая деятельность которого определяется конкретными историческими условиями, ценностями современного общества. Определяющими факторами в формировании новых смыслов и оценок являются особенности экономической, политической и социальной структуры, в которой находится индивид; и результатом понимания является новый смысл, возникающий в процессе вмешательства СМИ в духовно-нравственные смыслы медиасферы. И здесь для исследователя открывается обширное поле деятельности в плане решения методологических задач.

В год празднования 75-летия победы советского народа в Великой Отечественной войне и 80-летия ее начала, тема интерпретации ее результатов для формирования массового сознания в

России и за рубежом становится все более актуальной. Постоянные попытки пересмотреть историю и вклад каждого государства в общую победу над фашизмом активно используются в идеологической войне. Чтобы сохранить историческую справедливость, необходимо проанализировать наиболее популярные методы отрицания величайшего вклада в победу над фашизмом СССР или занижения образа победителя – советского народа, которые активно используются реваншистами для расширения идеологической конфронтации.

История Второй мировой войны является важнейшим инструментом борьбы за массовое сознание человека на улице, как в России, так и на Западе. Интерпретация и оценка исторических событий имеет большое значение для воспитания подрастающего поколения и управления обществом в целом как исторического приоритета обобщенных средств социального управления [5]. В настоящее время наиболее популярные темы в средствах массовой информации, касающиеся Второй мировой войны, которые используются для манипулирования массовым сознанием с целью искажения итогов Второй мировой войны и пересмотра ее истории, сформулированы следующими ложными тезисами:

1) Отрицание или замалчивание решающей роли СССР в победе во Второй мировой войне.

2) Советский Союз выиграл за счет больших жертв, противореча завету А.В. Суворова: «побеждать не по количеству, а по мастерству», что якобы подтверждается разницей в числе погибших от гитлеровской Германии и СССР.

Интерпретация знаменитого пакта Молотова-Риббентропа как свидетельство преступного сговора советского руководства с нацистской Германией накануне Второй мировой войны.

Циничные попытки поставить знак «равенства» между Советским Союзом и фашистской Германией, т. е. оклеветать целые поколения людей, спасших мир на Земле, и обесценить сам смысл победы советского народа в Великой Отечественной войне.

Предложения пересмотреть вопрос о «перемещенных культурных ценностях», которые Россия, по мнению некоторых западных политиков, должна вернуть на свою историческую родину.

Мы будем отвечать на каждый ложный тезис последовательно, принимая во внимание факты, общепринятые исторической наукой.

Вся Европа была захвачена гитлеровским правительством менее чем за пять месяцев. [1] Такой победный блицкриг фашистов в самом начале Второй мировой войны был обусловлен многими причинами, но главный вывод очевиден: Европа не смогла противостоять Германии как минимум один год. [2] Советский Союз боролся за свою независимость и освобождение Европы от фашизма в течение четырех долгих лет. Вклад союзников в антигитлеровскую коалицию был более чем скромным на фоне общих расходов СССР за четыре года. Открытие второго фронта состоялось, когда всем стало ясно, что СССР способен победить гитлеровскую Германию самостоятельно и на этой основе может самостоятельно определить судьбу послевоенного мира в Европе. Напуганный этим, Запад участвовал в военных действиях на европейском континенте на заключительном этапе войны. Жертв союзников при этом в десять раз меньше, чем жертв советских людей. Что касается ленд-лиза («помощи» СССР во Второй мировой войне со стороны США), то для расчета США по ленд-лизу Россия – уже через 60 лет после победы – все же должна была заплатить США более 670 миллионов долларов к 2030 году [6].

Ложный тезис о том, что мы одержали победу, – это не высокая организованность и героизм советских людей на фронте и в тылу, а боязнь заградительных отрядов НКВД и лишних жертв красноармейцев. Больше число жертв советского народа в Великой Отечественной войне по сравнению с нацистской Германией было связано, прежде всего, с тем, что нацисты сознательно осуществили геноцид гражданского населения (вспомните бесчисленные села и деревни, которые были сожжены нацистами вместе с их населением). Бомбардировка больниц и санитарных поездов, отмеченных красным крестом, были обычной практикой немецких летчиков и экипажей танков. А советские войска, наоборот, сражались только с вермахтом и его вооруженными союзниками. Гуманное отношение бойцов Красной Армии к освобожденному местному населению (исключения из этого правила были крайне редки), а памятникам архитектуры – общеизвестный факт.

Знаменитый памятник «Воин-освободитель» [3] в берлинском Трептов-парке является символом не только победы советского народа в Великой Отечественной войне и освобождения народов Европы от фашизма, но и символом гуманного отношения к мирным жителям, которые часто советские войны спасают своей жизнью и здоровьем. В центре композиции находится бронзовая фигура советского солдата, стоящего на обломках свастики. В одной руке солдат держит опущенный меч, а в другой – немецкую девочку, которую он спас.

Чтобы понять бережное отношение советских войск к памятникам европейской архитектуры в процессе ее освобождения от фашизма, достаточно сравнить два очевидных примера. Это дополнительные жертвы Красной Армии во время освобождения Кракова без предварительной артиллерийской подготовки для сохранения его исторической архитектуры и безжалостной ковровой бомбардировки союзниками Дрездена – города с уникальной средневековой архитектурой, где в то время подавляющее большинство населения было мирным.

По словам ветеранов, участвовавших в боевых действиях в Великой Отечественной войне, ни один оборонительный отряд не смог удержать побежденную воинскую часть от линии фронта, так как она значительно превосходила отряд по размерам и силе и поэтому была бы просто смелой. Для военных специалистов очевидно, что было бы просто невозможно выиграть в длительной войне на просторах целого континента без высокой организации и стратегического контроля на передовой и в тылу [2]. Победа СССР в Великой Отечественной войне является естественным результатом грамотного управления войсками на фронтах и организованной боевой и тыловой поддержки в условиях эвакуации и последующего освободительного наступления.

Упомянутый ранее пакт Молотова-Риббентропа провозглашен преступным сговором советского режима с нацистами Третьего рейха. Но в то же время они тщательно хранят молчание о том, что правительства Великобритании и Франции – даже раньше, чем СССР – подписав Мюнхенское соглашение 1938 года, полагались на сделку с Гитлером. А Польша со времен Пилсудского сделала это еще раньше, в 1934 году, убив к тому времени десятки тысяч пленных красноармейцев в концентрационных

лагерях (от печальных событий истории 2-й конной армии). В августе 1939 года французская и британская делегации сорвали московские переговоры о создании антигитлеровской коалиции. Лишь после и в результате этих событий заключение Советским Союзом договора о ненападении с фашистской Германией в августе 1939 г. было для СССР в нынешних условиях единственно доступной мерой самообороны [4]. Российская служба внешней разведки сообщает, что материалы, полученные разведкой в 1935–1945 гг., отражают истинные намерения государственных деятелей из ведущих стран Европы. Конфиденциальные записи внешнеполитических ведомств ведущих мировых держав позволили политическому руководству СССР иметь абсолютно точное представление о подходах руководителей европейских стран и США к военно-стратегическим изменениям в довоенный период. Европа. Поэтому естественной формой самообороны для Советского Союза было заключение договора о ненападении с Германией от 23 августа 1939 года. Этот документ позволил не дать нацистам захватить прибалтийские государства и затем превратить его в трамплин для вторжения на советскую территорию.

Особого внимания заслуживают циничные попытки некоторых западных идеологов поставить СССР и фашистскую Германию в один ряд с предположительно одинаково криминальными государствами. Этот тезис особенно популярен в бывших прибалтийских республиках СССР. Такой аморальный тезис не выдерживает критики, поскольку агрессор и жертва имеют принципиально разные правовые и моральные права. Публичный процесс в Международном военном трибунале в Нюрнберге безоговорочно осудил преступную агрессию гитлеровской Германии, ее доказанные преступления против мира, военные преступления и преступления против человечности. Общее и фундаментальное значение Нюрнбергской хартии и приговора Международного военного трибунала нашли свое выражение в резолюции Генеральной Ассамблеи ООН от 11 декабря 1946 года, в которой ООН подтвердила принципы международного права, признанные в Уставе Нюрнбергский трибунал и выражается в решении Трибунала [3].

Другим примером искажения исторической правды Второй мировой войне является вопрос о так называемых «перемещен-

ных культурных ценностях», которые Россия, по мнению некоторых западных политиков, должна якобы вернуть на свою историческую родину. В то же время они намеренно молчат, что «перемещенные ценности» были официально признаны международным сообществом в качестве компенсации за уничтоженные или вывезенные российские культурные ценности, не говоря уже о более чем 27 миллионах (40% всех жертв Второй мировой войны) погибших советских людей, большинство из которых были мирными жителями.

На фоне многолетней кампании западных идеологов по искажению исторической правды о Второй мировой войне петербургский историк Н.Д. Козлов справедливо полагает, что историческая память о Великой Отечественной войне, особенно среди молодежи, становится все более и более безликим. Место истинного знания занимают мифы и легенды. Понятия войны формируются в основном за счет восприятия художественных образов, созданных в последние годы, которые субъективно отражают прошлое. Тезис о том, что не героизм народа, а огромная территория и другие геоклиматические факторы спасли страну, сознательно культивируется, и основными причинами поражения Красной Армии в начале войны являются репрессии против военачальников [1].

Победа советского народа в Великой Отечественной войне – одно из важнейших исторических событий, объединяющих россиян, характеризующее дух и характер народа. Память об этой Великой Победе усеяна мифами, созданными фашистской пропагандой и интерпретированными так называемыми «новыми историками». Война продолжается, и основным инструментом уничтожения страны является манипулирование нашей исторической и национальной идентичностью. Под влиянием массовой пропаганды происходит ослабление людей, усиливается практика создания сомнений и всевозможных комплексов. Фактически реализуется так называемый «плюрализм» идеологий, выдвинутый постмодернистами. И на самом деле происходит размывание российской многонациональной идентичности под флагом равенства разных точек зрения, в том числе итогов Второй мировой войны.

В заключение Н.Д. Козлов прямо заявляет: «Пока общественное сознание России не освобождается от комплекса неполноценности, перестает заниматься самоуничтожением, не возрож-

дается историческая память, самоуважение к своим прошлым и историческим личностям». И далее по тексту: «История – это коллективная память народа, источник морали и национальной идентичности, источник преемственности. Образовательный уровень исторических знаний реализуется в процессе обучения в средней и высшей школе через учебные планы, планы, учебники и деятельность учителей, задача которых – формировать граждан своей страны, воспитывать в ней любовь и уважение. Нет нейтральной истории. Она в значительной степени способствует превращению толпы в нацию, способствует укреплению государства [1]. Добавим к этому, что лишение национальной исторической памяти, напротив, способствует превращению сплоченной нации в толпу активных и агрессивных отдельных людей.

Более того, украинские власти сделали новый шаг к декоммунизации. Теперь Верховная Рада отказалась упоминать Великую Отечественную войну в законе «О статусе ветеранов войны, гарантиях их социальной защиты». За это решение проголосовали 241 депутат из 450.

Суть поправок заключается в том, что теперь вместо термина «Великая Отечественная война» используется фраза «Вторая мировая война». Закон вступит в силу через три месяца со дня опубликования.

Такая идея появилась в 2015 году. Тогда украинские власти впервые отказались от церемоний по случаю Дня Победы и объявили 8 мая Днем памяти и примирения, который отмечается в Европе.

Балтийские СМИ написали следующую информацию о формировании образа Второй мировой войны на Украине.

Верховная Рада (парламент) Украины исключила упоминания о Великой Отечественной войне из Закона о ветеранах. Об этом сообщает РИА Новости, отметив, что 241 депутат проголосовал за соответствующую поправку в закон «О статусе ветеранов войны, гарантиях их социальной защиты».

Поправка заменяет термины «Великая Отечественная война 1941-1945 годов», «Великая Отечественная война и война против Японии» и «Война 1945 года с империалистической Японией» термином «Вторая мировая война».

Решение депутатов продолжает тенденцию последних лет – попытку новых властей официального Киева пересмотреть и пе-

реписать основные страницы истории страны в двадцатом веке. Акцент делается на прославлении украинских националистов, воевавших с царской Россией и СССР, и исключении из памятных дат и праздников всего, что связано с победами и успехами советского периода.

В рамках декоммунизации, с 2015 года по 8 мая, в стране отмечается новый праздник – День памяти и примирения, посвященный памяти жертв Второй мировой войны. С этим праздником Украина фактически присоединилась к традиции праздновать победу над нацистской Германией по западноевропейской модели 8 мая, а не по традиционному Дню Победы 9 мая.

28 октября 1944 года, после более чем трех лет нацистской оккупации, вся Украина была освобождена от агрессора. Во время Великой Отечественной войны советские люди потеряли более 20 миллионов человек, в том числе безвозвратные потери украинцев Красной Армии, убитых за победу над Гитлером, составили 1,4 миллиона человек, что составило почти 16% от общих потерь Красной Армии.

Польские СМИ публикуют следующие публикации:

80-я годовщина начала Второй мировой войны приближается. Между тем, канцелярия президента не направляла приглашения Владимиру Путину на мероприятия, посвященные этой дате.

Кто тогда появляется там? По словам пресс-секретаря Анджея Дуды (Andrzej Duda), только представители Европейского Союза, НАТО и стран Восточного партнерства получили приглашения.

«Мероприятие посвящено историческому событию, но приглашения были разосланы не по историческому, а по современному принципу», – объяснил Блажей Спичальский в эфире RMF FM.

«На вопрос, кто в конце концов выиграл войну, благодаря которой страны получили свободу, ответить будет сложно, потому что главная страна не будет среди приглашенных, а Советский Союз будет главной страной», – подчеркнул он. Российский сенатор Владимир Джабаров, комментируя ситуацию, добавил, что Россия не пострадает от того, что ее не пригласили.

Между тем, в начале февраля заместитель министра иностранных дел Польши Бартош Цихоцки (Bartosz Cichoński) заявил,

что его ведомство порекомендует направить приглашение Владимиру Путину. Вместе с тем он отметил, что организатор мероприятия, то есть канцелярия президента, не обязан учитывать эту рекомендацию.

Таким образом, особенности восприятия образа войны зависят от многих факторов, прежде всего от того, как происходит процесс понимания и присвоения каждому участнику общения новых характеристик и значений. Понимание серии событий, связанных с войной, определяется многими факторами: национальными стереотипами, социально-политическим и экономическим развитием государства, личным опытом, пропагандистской деятельностью и т.д.

#### **Литература:**

1. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991. С.48
2. Панченко А.А. Беглецы и доносчики: «военные нарративы» в современной новгородской деревне // Русский политический фольклор: исследования и публикации. М., 2013. С.125.
3. Портелли А. Массовая казнь в Ардеатинских пещерах: история, миф, ритуал, символ [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас: электрон. научн. журнал. 2005. №2-3. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/po27.html> (дата обращения: 2.03.2015).
4. Серебрянников В.В. Имидж армии: методологические аспекты // Власть. 2005. №10. С.33-41.
5. Тоффлер Э. Третья волна. М., 2002. С.263.
6. Naumann K. Nachkrieg in Deutschland. Hamburg: Hamburger Edition, 2001. S.67.
7. Welzer H. Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung. München: C. H. Beck Verlag, 2002. S.267-270.
8. Welzer H. Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung. München: C. H. Beck Verlag, 2002. S.221.

**Аннотация.** Статья посвящена влиянию различных факторов на формирование образа Великой Отчественной войны. Автор анализирует наиболее популярные методы отрицания величайшего вклада в победу над фашизмом, а так же факторы, оказывающие влияние на восприятие образа войны. В статью уделяется внимание влиянию западной идеологии, вкладу стран-союзников, фактам искажения исторической правды.

**Ключевые слова:** война, идеология, СССР, пакт Молотова-Риббентропа, Украина, западная идеология, новая история.

Бокшань Г.И.

### Неомифологическая картина мира в рассказах и новеллах Галины Пагутяк

Современная украинская писательница, лауреат Шевченковской премии (2010), Галина Пагутяк известна в своей стране и за ее пределами прежде всего как автор романов. К числу наиболее популярных ее произведений относятся «Слуга из Добромыля», «Зачарованные музыканты», «Магнат», «Урожская готика», «Сны Юлии и Германа», дилогия «Писарь Восточных Ворот Приюта» и «Писарь Западных Ворот Приюта», в которых автор переосмысливает злободневные проблемы современности сквозь призму мифологии [8]. Концентрация мифопоэтического в рассказах и новеллах Г. Пагутяк столь же высока, насколько выразительны мифологические интертексты в ее повестях и романах, что побуждает нас к анализу неомифологических тенденций в малой прозе писательницы.

В новелле «Смотри назад» сюжетобразующую функцию выполняет готически маркированный образ старых сломанных часов, стрелки которых начали двигаться назад. Поскольку часы в мифологии символизируют мировой порядок, то обратный отсчет времени актуализирует семантику хаоса. Зловещая символика этого образа в новелле связана с мотивом смерти: мальчик «закрылся в доме и стал обреченно ждать возвращения деда из кладбища» [4, с. 37]. Испуганный возможностью встречи с умершим, он «сорвал часы со стены и со всей силы кинул их на пол» [4, с. 38]. Г. Пагутяк переосмысливает мифосемантику образа часов в готическом ключе и в романе «Компромис».

В рассказе «Утонувшие в снегах» действуют образы трех сумасшедших: вечного ребенка Баки, безумца Сороки и Каси, которая «неделями ходила блудом» [4, с. 45]. После смерти все трое попали в Царство Небесное, нашли там Божью ласку и любовь. Такая интерпретация образов юродивых коррелирует с трактовкой безумия в Библии. Семантику юродства Г. Пагутяк эксплицирует в эссе «О сумасшедших и пьяницах»: «Их еще называли

блаженными. Они жили как птицы, они были беззащитны словно дети, наделенные невинностью и добротой» [4, с. 118]. Образ дитя в Библии связан с возможностью войти в Царство Небесное. Таким образом, рассказ «Утонувшие в снегах» – развернутая ре-семантизация библейского мотива.

Готическую атмосферу рассказа «Дом за рекой» генерирует образ покинутого дома, убитый хозяин которого похоронен рядом – «под почти незаметным холмиком земли» [4, с. 47]. Как подчеркивает В. Войтович, «дом был малым воссозданием Космоса и поэтому имел четкую ориентацию на стороны света» [2, с. 557]. Следовательно, образ дома в рассказе Г. Пагутяк является проекцией космогонического мифа: «Окна смотрят во все стороны света» [4, с. 47]. **Такая семантика образа жилища становится выразительнее через ассоциацию с образом мирового дерева: мужчина, который построил его, «пустил корни в галицкую землю» [4, с. 47].** Наличие чердака в помещении соотносится с космическим верхом, что в соединении с другими частями отображает трихотомическую вертикаль мирового дерева. Образы ничейных лошадей, пасущихся возле дома, аккумулируют демонологическую семантику, поскольку ассоциируются с авторской мифологемой черных лошадей, «которые пасутся на кладбище под присмотром трех мужчин» из книги «Урожай и его духи» [7, с. 99]. В рассказе присутствует характерный для готической традиции образ зеркала, в котором девушка не видит своего отражения: «А потом стекло темнеет и от грома растрескивается. Трещины похожи на паутину. <...> Паутина опутывает ее лицо и руки, которые птичьими лапками выглядывают из широких рукавов серого костюма» [4, с. 47]. Семантика этой мифологемы связана с параллельным миром, мистическая доминанта которого усиливается в образе зеркала с трещинами.

Название рассказа «Как строили дом» направляет вектор толкования в сторону космогонического мифа, поскольку «каждое жилище является *imago mundi* и каждое строительство повторяет космогонию» [9]. В «Сентиментальных путешествиях по Галичине» Г. Пагутяк акцентирует особенность деревянного дома, который воплощает связь с природой: «Деревянный дом живет своей жизнью, он сам знает, что ему нужно, сам себя лечит. Он терпелив и ласков с каждым существом, который прислоняется к

нему зимой, даже с наименьшим жучком и гусеницей» [6, с. 19]. Такая же семантика экстраполирована и на образ дома в рассказе: «Нет ничего лучшего, чем деревянный дом: теплый, сухой» [4, с. 50]. Обязательным элементом любой космогонии выступает сакральный центр, который в произведении Г. Пагутяк воплощен в образе печи. Такая семантика образа объясняется тем, что возле печи «через жертвоприношения, молитвы и выполнение ритуалов происходило общение человека с миром богов и предков» [10, с. 73]. В книге «Урожай и его духи» Г. Пагутяк связывает семантику сакрального центра с персонифицированным образом дома: «Если разобрать печь, дом рушится, потому что печь – это его сердце. Теплое сердце» [7, с. 95]. Нежелание женщины покинуть дом после смерти мужа и двух сыновей отображает связь с родом, поскольку «дом – материальная и духовная сердцевина семьи» [2, с. 557]. Образ дверей в произведении символизирует границу между миром живых и потусторонним миром: «Открылись двери: зашел Юзь. <...> Скрипнули двери. Зашел муж» [4, с. 50-51]. Покойники советовали женщине не продавать дом: «Хорошо, чтобы в нем кто-то жил, иначе развалят и построят новый. Не будет тогда нашим душам покоя вовеки» [4, с. 51]. Такая интерпретация соответствует фольклорно-мифологическим представлениям о доме как о «месте пребывания душ умерших» [2, с. 557].

В новелле «Числа живых и мертвых» актуализирована мифосемантика чисел. Вначале говорится о пятерых детях, которые были «как пять пальцев на руке» [4, с. 52]. Поскольку это число в мифологии «обозначает микрокосм человека, целостность человеческого бытия» [3, с. 492], то регрессивное движение от пяти к одному может отражать постепенную деструкцию микрокосма. После гибели старшего сына на войне осталось четверо детей: «Для каждого угла. В каждом углу по ребенку» [4, с. 52]. Г. Пагутяк интерпретирует семантику этого числа, основываясь на фольклорно-мифологических источниках, актуализируя космогоническую составляющую (четыре угла между четырьмя стенами ассоциируются с четырьмя сторонами света) и христианскую символику (мать детей родилась четвертого августа, когда возле церкви поставили деревянный крест). Писательница акцентирует зловещую мифосемантику числа «два», связанную с парностью: «двойные или сдвоенные предметы, по поверьям, могли прине-

сти несчастье» [3, с. 167]. Следовательно, героиня новеллы делает вывод: «Число «2» – самое плохое», ибо, по убеждению деда, в их доме «не может жить по два человека мужского пола» [4, с. 52]. Число «один», наделенное в мифологии семантикой сакрального центра, в интерпретации Г. Пагутяк ассоциируется с одиночеством, ощущаемым перед смертью. Эту семантику писательница актуализирует в эссе «Рукава, влажные от росы»: «каждый умирает одиноким, даже когда находится в объятиях самого родного человека» [5, с. 117]. В новелле появляется символический образ часов жизни, после остановки которых «вступает в силу закон мертвых чисел: три, девять, сорок» [4, с. 53]. Семантика этих чисел коррелирует со смертью в христианской традиции.

В рассказе «Плач реки Быстрицы» главным является персонифицированный акваобраз, наделенный функциями нарратора. Мифологема воды содержит амбивалентную символику, коррелирующую с жизнью и смертью. С одной стороны, в ней акцентируется семантика первостихии, связанной с космогоническими мифами: «вода вечная, поскольку она не скована берегами и проникает всюду. Бесформенный не имеет времени. <...> Из него Творец создает множество смертных форм, заранее обреченных на борьбу и страдания» [4, с. 72]. С другой стороны, обозначена inferнальная семантика этой мифологемы: «Мы, реки, покорно спускаемся в царство смерти, и над нами остается песок и пустыня» [4, с. 74]. Так актуализирована семантика разрушения, свойственная эсхатологическим мифам: река чувствовала себя «способной вызвать второй всемирный потоп» [4, с. 73]. Разворачивается ключевой в творчестве Г. Пагутяк мотив утраченной космической гармонии: «А люди тысячи лет не меняли способ жизни, веря в целесообразность всего сущего, а потом за небольшое время пренебрегли природой, которую почитали, и начали уничтожать, уничтожать...» [4, с. 72]. В рассказе отражены реликты языческого культа воды: «Еще жило в них уважение к реке: <...> селились вдоль берегов» [4, с. 74]. Связанное с этим культом принесение реке жертв «в виде глиняных кружков, подобия Солнца» [4, с. 73] актуализирует в рассказе мифосемантику священного брака двух стихий. Образ ребенка в колыбели, отнесенной рекой, ассоциируется с образом Моисея, которого мать младенцем пустила в корзине по водах Нила ради

спасения. Образ реки, которая «словно мать, качала его на волнах», реализует семантику материнства воды, эксплицитированную Г. Башляром: «Вода несет нас. <...> Вода нас убаюкивает. Вода возвращает нам образ нашей матери» [1]. Г. Пагутяк сравнивает Память с водоемом: «Это тоже океан из рек, которые потекли под землю. И сверху них – камень, песок, забытьё» [4, с. 74]. Такое отождествление опирается на фольклорно-мифологические представления о реке: «Она символизирует также течение времени, вечность и забытьё» [2, с. 423].

В рассказе «Утонувшая душа», посвященном памяти Бориса Жданюка, эсхатологический мотив реализован через образ умирающего села, в котором жили мать и брат-калека умершего художника. Поскольку образ дома аккумулирует семантику родовой памяти, то упадок жилища символизирует ее исчезновение: «В сумерках село исчезало. Сначала утонули покинутые дома. Потом те, в которых еще тлел огонек жизни, и, наконец, исчез дом, который скрывал в себе последнюю картину и стол, за которым собирался когда-то весь род» [4, с. 77]. Эсхатологический мотив становится выразительнее благодаря образам на полотнах умершего художника, который рисовал «запуганных, кое-как одетых людей из родного села, которые осенью и весной утопали в болоте» [4, с. 76]. Одна из картин отражает потустороннюю семантику: «Нарисован человек, которого вытаскивают из земли люди в черных костюмах <...>, а сзади – безлиственное дерево, словно перед зимой» [4, с. 77].

В цикле новелл «Душа бабочки» разворачивается мотив несовершенства человеческого существования, семантика которого выражена как утрата гармонических связей с природой. Лирический герой размышляет о свободной жизни птицы и неспособности человека летать: «а нужно уподобиться небесной птице: посмотреть на все свысока и ощутить жизнь» [4, с. 81]. Поскольку «в первобытных религиях птица символизировала душу» [7, с. 53], то мотив полета можно истолковать как духовный подъем. Г. Пагутяк многогранно интерпретирует мифологему солнца, которая коррелирует с круговоротом жизни и природным равновесием. Образ заходящего солнца, лейтмотивный в творчестве Г. Пагутяк, аккумулирует семантику святы с потусторонним миром: «Кто-то, приговоренный к смерти, бросает долгий взгляд на

умытый дождем закат солнца» [4, с. 82]. В эссе «Рукава, влажные от росы» писательница эксплицирует семантическую доминанту образа заходящего солнца: «Оно примиряет с тьмой жизни» [5, с. 98].

Укорененный в Библии мотив губительной слепоты актуализирован и в «Душе бабочки»: «Нужно иметь очень хороше зрение. Мало кто из людей способен видеть» [4, с. 84]. Умение замечать «пути маленьких существ» [4, с. 83] в творчестве Г. Пагутяк развито до сверхчувствительности: «нужно разговаривать тихо, чтобы не услышал дождь», «не следует сердиться на ветер», «давайте бояться за насекомых» [4, с. 84]. Акцентируя важность гармоничного сосуществования, писательница декларирует равенство всех Божьих созданий: «Счастье – просто быть в согласии, пускай ты дерево, травинка, жабка или сверчок» [4, с. 84]. Вместе с тем артикулирована семантика человеческого несовершенства, вызванного утратой единства со Вселенной: «Как все-таки хорошо не быть человеком. Сложно найти более неестественное существо» [4, с. 85].

В новелле «Тебя сожжет солнце» солярная мифологема связана с образами духов. Актуализированное в произведении табу касательно полуденного солнца писательница объясняет в книге «Урожай и его духи»: «Среди дня также бывает ночь – время духов. Где-то от полудня до трех часов. <...> Духи земли, воздуха, воды овладевают простором вокруг села» [7, с. 26]. В украинской мифологии зловещая семантика образа солнца коррелирует с демонологическими образами полудниц, «воплощением которых является солнечный удар» [2, с. 384]. Мистичности новелле добавляет жуткий образ «старухи, завернутой в черный платок» [4, с. 85], которая настойчиво советует мальчику «вернуться, когда солнце окажется между первой и второй горой» [4, с. 85]. С мотивом поклонения природе коррелирует такой эпизод: «Мальш встает на колени перед грядкой с укропом, словно молится» [4, с. 34]. Автор считает равноправие всех существ залогом космической гармонии и утверждает, что у каждого из них есть душа: «Множество жаждущих душ роилось вокруг ребенка, который недвижимо лежал на окаменелой земле, мертвых и живих душ: мышей, жаб, кузнечиков, птиц, гусениц, жуков, бабочек, мушек» [4, с. 35]. Мифологемы солнца и воды выражают семантику би-

нарной оппозиции «смерть–жизнь»: «Солнце было его врагом, вода – искушением» [4, с. 35]. Открытый финал новеллы суггерирует возможность трагической развязки: «Солнце терпеливо его ожидало, остановившись между первой и второй горой, а проголодавшиеся рыбы кусали за икры» [4, с. 35].

В основе рассказа «Кровь и пот выдуманного мира» – анти-тезис реального и выдуманного миров. Топос реального мира, репрезентантом которого является юноша, аккумулирует семантику дисгармонии, губительного влияния цивилизации на природу: «За расширение трассы расплатились жизнью старые яблоны и совсем молоденькие деревца; срезали и огромный клен без единой сухой веточки» [4, с. 20]. С образом выдуманного мира связан образ девушки, через который реализуется семантика согласия с природой. Мотив одиночества коррелирует с топом острова: «живет сама, как на острове» [4, с. 20]. Поскольку в мифологии «остров символизирует надежную защищенность от моря хаоса» [2, с. 351], то мир, в котором живет девушка, ассоциируется с космосом, в котором «все есть <...> – и лес, и речка, и горы, и долины» [4, с. 21]. Бинарная оппозиция «смерть–воскрешение» актуализирует мотив инициации, связанный с образами юноши и девушки. В произведении Г. Пагутяк мужской персонаж ассоциируется с образом рыцаря: «нужно было встать очень рано, с восходом солнца, как и надлежит настоящему рыцарю, искателю» [4, с. 20]. Образ девушки в рассказе воплощает архетип принцессы, которая нуждается в спасении «от опасности, которая ей угрожает» [4, с. 20]. Присущая неомифологизму дегероизация культурного героя в интерпретации Г. Пагутяк реализуется как неспособность юноши совершить инициационный переход в мир мужчин: девушка выходит замуж за другого, потому что ее любимый «способен любить только на расстоянии» [4, с. 22]. Писательница трансформирует свадебный мотив, который отождествляется с инициационным испытанием, акцентируя в нем семантику смерти: «Громыхнула музыка. Внезапно, словно на похоронах. <...> Начал танцевать, и этот танец был таким долгим, как вечность, сверху которой он не мог заглянуть и увидеть любимую в белом платье и черной фате» [4, с. 23]. Такая интерпретация созвучна фольклорно-мифологическому мотиву несчастной любви.

В рассказе «Попасть в сад» мифологический мотив странствий разворачивается через образ главного героя – больного эпилепсией Гришки, который играет в пригородных поездках. Мысленно он сравнивает себя с Григорием Сковородой. Приятель Николай называет Гришку «блаженным». Образ этого странствующего музыканта ассоциируется с образами юродивых, почитаемых в христианстве из-за схожести с детьми. Соотнесенность с образом Сковороды подчеркивается топосом сада, в который мечтал поехать Гришка: «Войдет в сад, ляжет в спутанную душистую траву, прислонится щекой к земле-матушке» [4, с. 15]. Такая интерпретация актуализирует мотив тоски по утраченному раю. Называя сад прообразом рая в эссе «О цветах, деревьях и лесах», Г. Пагутяк эксплицирует семантику этой мифологемы: это – «место дружелюбного общения людей, растений и зверей, их полного взаимопонимания. Сад – идеал, которого нужно достичь» [4, с. 93].

В новелле «Панна с желтыми волосами» мотив дикой свадьбы разворачивается как видение свадебного поезда с невестой – «панной с желтыми развеянными волосами в старинной одежде» [4, с. 59]. С этим мотивом коррелирует мифологема огня: «огонь, словно на ногах, побежал вслед за свадьбой» [4, с. 59]. Как и в одноименном эссе в книге «Урожай и его духи», в новелле «Панна с желтыми волосами» писательница устанавливает связь между автобиографическим материалом и мифопоэтикой прозы, акцентируя рыжий цвет своих волос: «У никого в роду не было таких волос. Они появились из дедовой памяти о панне-невесте, видение которой пронеслось над ночным костром, чья беспокойная душа живет, возможно, в моем теле, и рвется, ища одной ей известное убежище среди ночи» [4, с. 59]. Следовательно, образ загадочной панны, можно считать не только связанным с кельтской мифологией, но и автобиографически маркированным.

Таким образом, в новеллах и рассказах Г. Пагутяк неомифологическая картина мира создается путем реактуализации и ресемантизации архаических значений мифологических мотивов и образов, направленных на переосмысление важных для автора явлений действительности в контексте вечности. Статус сквозных в неомифе писательницы приобретают мифологемы сада, солнца, реки, которые организуют временно-пространственные

связи в ее произведениях, обеспечивая выход за пределы актуального хронотопа и возвращение к мифическим прецедентам. В прозе Г. Пагутяк современное содержание отражает создание художественного мира по ключевым законам мифомышления, которое основывается на бинарных оппозициях. Безымянность персонажей ее неомифов можно толковать как акцентуацию святы с доперсональными архетипами.

#### Литература:

1. Башляр, Г. Вода и грезы. Опыт о воображении материи / Г. Башляр. – Москва: Изд-во гуманитар. л-ры, 1998. – 268 с.
2. Войтович, В. Українська міфологія / В. Войтович. – Київ: Либідь, 2002. – 664 с.
3. Жайворонок, В. Знаки української етнокультури : словник-довідник / В. Жайворонок. – Київ: Довіра, 2006. – 703 с.
4. Пагутяк, Г. Потонулі в снігах : новели, оповідання та есеї / Г. Пагутяк. – Львів: ЛА «Піраміда», 2010. – 184 с.
5. Пагутяк, Г. Рукави, вологі від роси // Мій Близький і Далекий Схід : повість та есеї / Г. Пагутяк. – Львів: ЛА «Піраміда», 2014. – С. 86–131.
6. Пагутяк, Г. Сентиментальні мандрівки Галичиною / Г. Пагутяк. – Львів: ЛА «Піраміда», 2014. – 192 с.
7. Пагутяк, Г. Уріж та його духи / Г. Пагутяк. – Львів: ЛА «Піраміда», 2012. – 120 с.
8. Погребная, Я. Актуальные вопросы современной мифопоэтики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://royallib.com/book/pogrebnaaya\\_uana/aktualnie\\_problemi\\_sovremennoy\\_mifopoetiki.html](http://royallib.com/book/pogrebnaaya_uana/aktualnie_problemi_sovremennoy_mifopoetiki.html). (04.12.2014).
9. Элиаде, М. Мифы, сновидения, мистерии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://royallib.ru/book/eliade\\_mircha/mifi\\_snovideniya\\_misterii.html](http://royallib.ru/book/eliade_mircha/mifi_snovideniya_misterii.html). (11.07.2014).
10. 100 найвідоміших образів української міфології / В. Завадська та ін. – Київ: Орфей, 2002. – 448 с.

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности неомифологической картины мира в рассказах и новеллах Г. Пагутяк, которая отражает переосмысление важных для автора явлений действительности в контексте вечности. Особое внимание уделено анализу сквозных мифологем сада, солнца, реки, а также бинарных оппозиций, обеспечивающих выход за пределы актуального хронотопа и возвращение к мифическим прецедентам.

**Ключевые слова:** неомифологизм, картина мира, мифологема, мифосемантика, ресемантизация, бинарные оппозиции, готическая традиция.

**Abstract.** The paper examines the features of the neo-mythological world-picture in H. Pahutiak's short stories, reflecting the interpretation of the phenomena of

the reality important for the author in the context of eternity. Special attention is paid to the analysis of the recurring mythologems of the garden, sun, river and binary oppositions, making it possible to go beyond the limits of the actual chronotope and return to mythical precedents.

**Key words:** neo-mythologism, world-picture, mythologem, mythosemantics, re-semanticization, binary oppositions, gothic tradition.

**Аңдатпа.** Мақалада автор шындықтың қайта қаралуын көздейтін Г. Пагутиактың әңгімелері мен ондағы жаңа мифологиялық бейнелерді талдайды. Аңыздарға бау-бақша, күн, өзен, сондай-ақ бинарлы қарсылықтар арқылы талдау жасалады, қазіргі хронотоптан шығып, мифтік прецеденттерді қайтарады.

**Түйін сөздер:** неомифология, әлемнің бейнесі, мифология, мифтік семантика, қайта сату, бинарлық оппозиция, готикалық дәстүр.

Гиздатов Г.Г.

## **Постмодерн в приложении к медиальному пространству**

Что наиболее значимо в современной западной науке? Насколько это ценностное воспринято в постсоветской гуманитарной практике и в ней же работает?

### **Теория культурной памяти**

Пожалуй, на сегодняшний день самый известный ученый Европы – профессор Констанского университета (Германия) Алейда Ассман [1]. Важны не внешние атрибуты признания учёного: многочисленные переводы книг, в любом книжном магазине Европы можно насчитать десятки ее книг, вышедших за последние три-четыре года, впечатляющие суммами научные премии. Кстати, такая степень известности в неакадемической среде в свое время была и есть только у Ноама Хомского (выдающегося американского лингвиста). Не все работы Алейды Ассман еще успели войти в научный обиход в экспертной среде постсоветских социологов, культурологов и политологов. Первые две ее работы, уже переведенные на русский язык, обросли своим научным шлейфом. В том числе оказались беззастенчиво, без указания авторства, растасканными другими (и казахстанскими тоже) исследователями. Речь о другом – о том, что точно определяет антрополог нашего времени. В работах Ассман предложено осмысление современных ключевых и не устоявшихся понятий нашего времени: коллективная идентичность, исторический нарратив, культурная практика, память и идеология. Понятия, определяющие политику государств нашего времени и пространства. Концепция Ассман перерастает рамки одной страны: она также и о нас – постсоветских – и, возможно, о наших перспективах. Коллективная идентичность, в трактовке Ассман, определена принятым историческим нарративом и существующими культурными практиками. Кстати, дематериализацию прошлого по отношению к советской практике мы наблюдаем сейчас и в России, и в Казахстане. В свою очередь селективное использование прошлого

(то, за что часто критикуют политиков академические историки) есть антропологическая универсалия, свойственная многим культурам, которую и нужно изучать. Наиболее значительное в работах германской исследовательницы – не просто введение нового для научной практики понятия **«теория культурной памяти»**, а тщательная работа с этим инструментом современной символической политики. Особенно явственно это показано на медиальных продуктах современной Германии: проанализированы и документальные сериалы, и художественные фильмы, и мемуаристика современников. Серьезную переключку с теоретическими исследованиями Ассман пока можно обнаружить только в публикациях московского журнала «Новое литературное обозрение». Это же издательство явилось инициатором появления трех переведённых на русский язык книг Алейды Ассман. Отголоски аутентичного анализа мемориальной культуры в весьма фрагментированном виде можно обнаружить в казахстанской медийной, но не научной практике, будь то выложенные статьи на сайте о казахской культуре, музыке и мифологии «[Otuken.kz](http://Otuken.kz)» или в публикациях разного рода групп в социальных сетях с созвучной проблематикой, наподобие следующей – «**Қазақтың рухты жырлары – Антология батырской поэзии**». Пожалуй, только в этих немногочисленных случаях прошлое для его интерпретаторов служит не архивным предметом знания, а параметром человеческого опыта, воспоминаний, чувств и вопросов идентичности. Во всех иных случаях попытка связать прошлое с настоящим ограничивается набором дежурных пафосных фраз.

### Дискурс-анализ

Критический дискурс-анализ в мировой науке в первую очередь связывается с работами Рут Водак [2], работающей в Ланкастерском университете (Великобритания). Впервые нам открыли Рут Водак в начале 1990-х. Позже она стала дежурно упоминаемым именем в перечне выдающихся культурологов, социологов и лингвистов нашего времени, несмотря на то, что за все годы на русский язык была переведена только одна работа. Редкий случай, чтобы плодотворный теоретик был еще и практиком: она была руководителем Европейского центра мониторинга расизма и ксенофобии и других европейских базовых программ. Самое главное

в новейших работах Рут Водак – подробный дискурсивно-исторический анализ риторики правых популистов. Водак объясняет, что привлекает аудиторию к таким политикам. В ее работах дан анализ лингвистических приемов, используемых в программах политических партий, действиях СМИ. Возможно, она одна из немногих, кто честно заявляет: такие партии и политики разработали дискурсивные и риторические стратегии, которые заставляют ложные утверждения звучать невинно, позволяют отрицать очевидное, переступать границы дозволенного. Например, стратегия продуманной неоднозначности. Поясним, сначала провоцируется скандал (например, антисемитская карикатура), потом после протестов все отрицается, а далее скандал переопределяется и провокатор выступает как жертва. Сказанное ею о политиках Австрии воспринимается как отнесенное к нашим государственным функционерам. Так, просчитанную неоднозначность она определяет как феномен, в котором одно высказывание имеет, по меньшей мере, два более или менее противоречивых значения, ориентированных на как минимум две разные аудитории. Это не только существенно расширяет масштаб аудитории, но и дает возможность оратору/писателю отрицать какую-либо ответственность: в конце концов, «подразумевалось не это». Феномен правого популизма дан в единой связке с успешным конструированием страха в западном обществе. В этом же ряду рассмотрен исторический ревизионизм, хорошо вписывающийся в нынешние европейские мифы. Ключевое утверждение Рут Водак: мы являемся свидетелями нормализации риторики изоляции. Как подтверждающие – примеры из медиальной практики Великобритании, Швейцарии и Германии: автобусные постеры, призывающие «нелегальных иммигрантов» покинуть страну; политические речи, политика языкового контроля. Продуктивен для дальнейших исследований обзор поведения популистских лидеров и политиков в социальных и традиционных средствах массовой информации, будь то Facebook, книги комиксов или закулисные речи. При всем критическом настрое все работы дискурс-аналитика очень выдержаны. Редкое исключение для нашего времени: она не наклеивает ярлыки. Это современный научный анализ и только конкретные примеры, из которых можно самостоятельно делать свои выводы. Несмотря на то, что практически все нынешние казахстанские

диссертации по филологии упоминают дискурс-анализ в перечне своих ведущих методов, реальных попыток работать в рамках этого направления пока не наблюдается. Естественно, отпугивает интеграция гуманитарного исследования с либеральными политическими теориями.

### **Медиологический подход**

Теория и практика медиологического анализа и соотнесённая с ней теория культурной антропологии нашего времени, на мой взгляд, могут помочь преодолеть существующий кризис в гуманитарных областях науки Казахстана. Поясним, текстом (и соответственно материалом анализа) является в подобном рассмотрении все: не только традиционные собственно печатные и литературные образчики, но и театр, кино и перформансы, цирк, ряд может быть продолжен. Данное направление целесообразно представить на конкретных примерах, в том числе на основе работ директора Департамента литературы и медиальных исследований Констанского университета (Германия) **Юрия Мурашова** [3], автора книги «Зловещее око письма. Медиологический анализ литературы, кинематографа и изобразительного искусства в России» (Мюнхен, 2016); составителя сборников «Медиа в советской культуре 20-30-х годов» (Мюнхен, 2003), «СССР: Территория любви», (Москва, 2008) и «Джамбул Джабаев: Приключения казахского акына в советской стране» (Москва, 2013) и других. В частности, этот исследователь в книге «Джамбул Джабаев» [4] радиофонную поэтику соцреализма рассматривает на новом материале. Вторичная устность Джамбула выявляет и объясняет многое в советской эстетике. Эта одна из немногих современных работ, в которой представлены доказательства того, что социалистическая коммуникация имела свои отличительные черты. В результате получился не столько литературоведческий опус, сколько обстоятельный анализ советской культурной практики, имеющей самое прямое отношение к современным медиареалиям. В рамках именно медиологического анализа этим и другими европейскими исследователями рассматривается, например, литературное творчество тиранов и вождей [5]. Объектом научной рефлексии выступают «государственные» книги, литературно-критические выступления, романы и лирические декламации.

Объединяют все эти разнородные образчики, помимо обязательного обосновывания притязаний на власть, собственно литературные качества: автодидактичность, компилятивность и эстетическая экзальтированность.

Обозначенные качества, которые все больше и больше обнаруживаются уже и в научном дискурсе Казахстана, в особенности по отношению к гуманитарным проектам. Показателен один из выводов этой книги: именно идеологические «соперники» диктаторов – поэты, диссидентские авторы, по мнению А. Кошорке и К. Каминского (Вацлав Гавел, Леннарт Мери, Шелью Шелев), продавили авторитарный режим между Берлином и Москвой. Составители сборника разрушают один из мифов, согласно которому власть и искусство живут в далеких друг от друга мирах. Наоборот, литература становится для тирана лабораторией в ситуации, когда политическое устройство они еще не могут выстроить под себя. Особенно в современных реалиях, когда литература вкупе с исполнительной властью и СМИ вписываются в «военно-политический комплекс» (Славой Жижек). В свою очередь, как указывают составители сборника, языковое могущество вождя образует существенное соединительное звено между ним и народом – «стихию, творящую единство». Тогда та государственная система, которая создана деспотом, и есть гигантское художественное произведение. Поначалу в биографии начинающего тирана радикальная идеология и занятие литературой оказываются взаимосвязанными. А далее выстраивается следующая любопытная логическая цепочка: «фиктивный мир», который не хочет быть разрушен, призывает для своей реализации террор. Хотелось бы думать, что теория и практика медиологического анализа, по крайней мере, будет хотя бы любопытной для наших гуманитариев.

Все три направления как «три источника и три составные части» задают свои рамки и зримо выявляют разницу между западными и постсоветскими гуманитариями. Метод деконструкции по-прежнему остается абсолютно невостребованным для казахстанских исследователей. Поясню, деконструкция в современной исследовательской парадигме (социологической, политологической, филологической) выступает как основной принцип анализа «текста» (или дискурса), предполагает обнаружение в нем скры-

тых и незамечаемых «остаточных смыслов». Исследование казахстанской практики создания явлений культуры, вкупе с практикой их восприятия представляется необходимым и возможным в рамках обозначенных подходов. Положение о том, что мы приываем к языку как первичному объяснению мира и начинаем мыслить окружающий мир только «по букварю» является результатом именно в медиологической парадигме исследований. Понимание языка как такого же медиума, как телевизор, радио, приводит в наших реалиях к пониманию языка (неважно казахского или русского) как сковывающего наше познание и внушающего нам политические, социальные, эстетические стереотипы.

### **Казахстанская медиакритика**

Вопреки всему – сомнительному прошлому и мрачным реалиям – в современном казахстанском интеллектуальном пространстве можно обнаружить островки настоящей научной мысли. Симптоматично, что к академической сфере Казахстана они большего отношения не имеют и в ней же никакого отражения не нашли. Ментальные, материальные и медиальные образы нашего времени самым точным и верифицируемым образом зафиксированы в Казахстане не докторами наук или представителями исследовательских институтов. Сделано это казахстанскими практиками, которые сами в разные годы были причастны к созданию разного рода культурных сообщений. Ничего подобного по достойному уровню научного осмысления вы не обнаружите ни в казахстанских диссертациях, ни в проектах, получивших финансирование Комитета по науке РК, ни в публикациях ведомственных институтов и музеев.

Очевидно, что сейчас наиболее аутентичным критиком казахстанской современности является актуальное искусство (см. также <https://expertonline.kz/a15855/>). Из последних проявлений последнего стала акция «От правды не убежишь» и выставка Шамиля Гулиева «Многовекторность: из жизни чиновников и художников». А одну из его картин «Внуки Джамбула» можно оценивать как визуальное развитие постсоветской этики и эстетики. Таким же образом два представителя казахстанской культуры стали единственными ее интерпретаторами. Это искусствовед Валерия Ибраева и режиссер-документалист Асия Байгожи-

на. Заявленное ими в двух текстах выходит за рамки конкретной предметной области, к которой они обратились, и является актуальным. Культурное пространство постсоветского Казахстана в его предыстории и существующем настоящем точно объяснено в исследовании арт-критика Валерии Ибраевой [6]. Пожалуй, это единственная работа, в которой период казахстанского постмодернизма получил энциклопедическую характеристику. Постмодернизм дан в сопоставлении и противопоставлении официальной монументалистике времен независимости. Но этот этап неофициального искусства, существовавший как альтернативная традиция, во многом уже завершился. Редко кто из казахстанских гуманитариев способен на столь мощное осмысление времени и роли культуры в нем. Конфликт между искусством и властью как безличной идеологической машиной обретает в книге конкретное человеческое воплощение. Книга В.Ибраевой поначалу кажется лишь структурированной арт-историей Казахстана конца 20 – начала 21 веков: от перестройки до середины двухтысячных. Да, в ней есть то, что и должно быть в профессиональном искусствоведческом обзоре: информация и оценка, плюс локальный историко-политический контекст. Емко охарактеризованы образчики официальной культуры – идеологические продукты последнего времени, на мой взгляд, подавившие все вокруг себя, а в обывательской среде даже сам интерес к любым культурным проявлениям. Кстати, исследователей заинтересуют доказательные пассажи о внутренней связи советского прошлого и монументалистики периода независимости. Более значимы другие выкладки искусствоведа. Что очевидно, по мнению Валерии Ибраевой, в официальной казахстанской арт-практике? Упрощение смысла и бесхитростное «изгнание» всякого смысла, заменяемое лжепублицистикой. Все, что проговаривается арт-критиком, хорошо коррелирует с выкладками казахстанских социологов и политологов об общественно-политической атмосфере транзитного времени и накладывается на другие сферы казахстанской гуманитарной практики. Точнее всего суть происходящего в нашем пространстве может быть объяснена в терминах арт-критика: сохранение советской эстетики, и попытка возродить придуманные наспех здесь и сейчас национальные традиции, дополняемые глобальными проявлениями постмодернизма: критицизмом и

этнофутуризмом. Несмотря на кажущуюся хрупкость и субъективность утверждений автора книги, работа Валерии Ибраевой получилась глубокой по анализу и мужественной по гражданской позиции.

Постмодернизм, в том числе выраженных в науке, призывает нас быть внимательными к деталям социального и исторического опыта, к нюансам, оговоркам, странностям в развитии культуры. Мыслить именно в такой эстетической градации и научной парадигме важно для самого автора и продуктивно для того общества, в котором он живет. Давняя работа Асии Байгожиной [7] остается единственно точным обозначением главных особенностей казахской и русскоязычной прессы Казахстана. Она автор одной большой научной статьи и режиссёр, сценарист нескольких документальных фильмов, в том числе «Хроника необъявленной демонстрации» и «В поисках веры». В этой статье, полностью в духе идей Маршалла Маклюэна (канадский философ и собственно создатель медиатеории), предложено понимание языка прессы как такого же медиума как телевизор, радио. Такая трактовка подводит в наших реалиях к пониманию языка (казахского ли, русского ли), исключительно как инструмента, сковывающего наше познание и внушающего нам политические страхи и бытовые суеверия. Выявленное ею функциональное различие между казахским и русскоязычным медиадискурсом сводится к следующему противопоставлению. Казахская пресса по-прежнему сохраняет как свою главную, как ей – прессе – кажется, историческую функцию – просвещение. Из ее характерных особенностей могут быть обозначены риторичность формы и монологизм авторского выражения. В свою очередь русскоязычная пресса отличается доставшейся в наследство от советской эпохи организаторской функцией, ей же свойственно литературоориентированность. Казахская пресса мифологизирована, а сам читатель, как правило, возвышен самым тоном обращения к нему (подобное же существует в казахском ораторском искусстве), а читатель всегда понимает свою высокую миссию. Номадическая ментальность проявляется в пространности рассуждений и их абстрактности. В казахской прессе очевидны архаизация настоящего, и актуализация прошлого. Абстрактность и философствование дают только

«азиатский» вариант риторики. Но сам мир казахской прессы по-прежнему традиционен, замкнут на себя же.

В свою очередь, как замечает А. Байгожина, русская пресса, описывая новые формы культурной жизни, совершает тот же грех, что и казахская, но с обратным знаком – она практически не обращается к миру национальной традиции. Даже формальное приведение этих признаков обнаруживает точность и перспективность абсолютно не устаревавших выкладок автора для обозначения современной казахской и русскоязычной социокультурных сфер. На сегодняшний день последние становятся больше механическим, нежели органическим соединением культур. Разделение казахстанского общества на два информационных пространства: казахскоязычное и русскоязычное – необходимо принимать со следующими уточнениями. Русская культура в Казахстане перестала быть фундаментальной, а казахская наоборот стала массовой. При этом казахская пресса отличается от русскоязычной в тематическом наполнении, но не в идеологическом осмыслении социально-экономической и общественно-политической действительности. Казахский медиадискурс оказывается таким же просоветским, как и русскоязычная пресса Казахстана.

Что дают эти работы? Те самые зыбкие при проговаривании культурные коды, с которыми результативно работают социальные психологи, антропологи и конструкторы от идеологии. Это те самые «сетки» и «матрицы», через которые человек мыслит мир и самого себя в нем. Казахское медиальное пространство отражает одновременно и традиционное сознание, и советский опыт. Проникновение мифологических стереотипов восприятия исторической действительности в учебно-образовательный процесс демонстрируют современные казахстанские учебники по истории и литературе. Дискурс манипуляции, очевидный в казахстанских школьных учебниках, еще требует своего отдельного изучения и обозначения последствий его агрессивного влияния. Подобный словесный фетишизм и «позы» можно наблюдать и в научном дискурсе, и медиальном пространстве, наиболее очевидный пример – продукция телеканала «Хабар». Тогда что есть сейчас официальный медиастиль в Казахстане вне зависимости от языка своего исполнения? Это ложный пафос, безличность и заурядность авторского выражения. Кстати предлагаемый этому

в противовес телесубъект, который взалхлеб и брызжа слюной, и, выпирая из своего мужского или женского тела, рассказывает истории, это не только российское изобретение после известных украинских событий. Это пришло к нам в общем британском и американском мейстриме. Впрочем, он/она с **придыханием** поведующие о чем-то самом важном и главном у казахстанской аудитории также большого доверия не вызывают.

Наука нужна. Так называлась одна из книг казахстанского литературоведа Александра Жовтиса. Она нужна такая, как в этих двух работах. Социальные проявления современного казахстанского общества, обозначенные политологом **Досымом Сатпаевым** или выявленные в конкретике социологического проявления **Гульмирой Илеуовой**, в постмодерновых изысканиях выявляют суть культурной памяти. Ее образчики даны в этих работах связке с живыми и материальными носителями, культурной коммуникацией и дискурсом. В них – объективный и честный подход к объекту научной рефлексии и ни на йоту напускного морализаторства, которым отличаются оплачиваемые государством гуманитарные грантовые проекты о СМИ и медиа как факторах глобализации и национальных культурных кодах. Естественно, что постсоветский субъект, в том числе выраженный в науке, остаётся в диалоге с современностью и взаимодействует с ней критически, игровым способом.

#### Литература:

1. Ассман Аледа. Длинная тень прошлого. М.: Новое литературное обозрение, 2014; Ассман Аледа. Новое недовольство мемориальной культурой. М.: Новое литературное обозрение, 2016; Ассман Аледа. Распалась связь времен. М.: Новое литературное обозрение, 2017
2. Водак Рут. Политика страха. Что значит дискурс правых популистов? – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2018
3. Murašov J. Das unheimliche Auge der Schrift. Mediologische Analysen zu Literatur, film und Kunst in Russland. München: WilhelmFink, 2016
4. Джамбул Джабаев: Приключения казахского акына в советской стране. Статьи и материалы. Под ред. К. Богданова, Р. Николози, Ю. Мурашова. – М., Новое литературное обозрение, 2013.
5. Диктаторы пишут. Литературное творчество авторитарных правителей XX века. Под ред. Альбрехта Кошорке и Константина Каминского. – Москва: Культурная революция, 2015
6. Ибраева В. Искусство Казахстана. Алматы, 2014
7. Байгожина А. Казахские и русские газеты республики: непересекающиеся миры параллельных культур. // Культура и СМИ. Алматы, 2000

### **Постмодерн в приложении к медиальному пространству**

**Аннотация:** В статье представлены современные ведущие медиологические концепции и теории. Особое место в обзоре занимают актуальные европейские исследования медиального пространства. В данной статье представлена также оригинальная казахстанская медиакритика. Определены перспективные методики анализа, особое внимание уделено теории критического дискурса-анализа. Обозначены перспективы авторской разработки актуальной казахстанской медиальной практики.

**Ключевые слова:** дискурс-анализ, медиологический анализ, постмодерн, теория культурной памяти.

### **Postmodern application to the medial space**

**Abstract.** The article presents modern leading medical concepts and theories. A special place in the review is occupied by topical European studies of the medial space. This article also presents the original Kazakhstani media criticism. Promising methods of analysis are identified, special attention is paid to the theory of critical discourse analysis. Prospects for authoring the current Kazakhstani media practice have been overwhelmed.

**Key words:** discourse analysis, mediological analysis, postmodern, theory of cultural memory

### **Медиа кеңістігінде қолдануға арналған постмодерн**

**Андатпа:** Қазіргі заманғы медиаконцепциясына және теориясы ұсынылған. Осылайша, Еуропадағы медиалық кеңістіктегі өзекті зерттеулерді өз көзімен көру керек. Қазақстандық медиакритиканың түпнұсқасы да ұсынылған. Зерттеудің перспективалық әдістемелері, критикалық дискурс-талдаудың теориясы негізделген ерекше назар аударылды. Өзекті қазақстандық қазақстандық медиапрактикасының авторлық дамуының болашағы.

**Түйін сөздер:** дискурс-анализ, медиа-анализ, постмодерн, мәдени жады теориясы.

Дубова М.А.

**Концептуальная лексема «сон» как способ репрезентации  
пространственного континуума рассказа  
В. Брюсова «В башне»**

Понятие концепта – одно из ключевых в когнитивной лингвистике. Концепты неоднородны «по мере социального престижа и важности в культуре» [Степанов:15]. Пространство принадлежит к «важнейшим, универсальным концептам культуры» [Маслова:76], характеризующим «протяженность мира, его связность, непрерывность, структурность, многомерность и т. д.» [Маслова:87]. Уже название рассказа В.Я. Брюсова «В башне», который входит в сборник писателя «Земная ось» (1907), акцентирует компонент пространственного континуума произведения, а именно – место, где, как станет известно из сюжета рассказа, преимущественно разворачиваются события сна главного героя. Концепт «пространство» является, таким образом, сюжетообразующим, так как большое количество номинаций вербализует именно пространственную составляющую концептосферы.

Семантически значим подзаголовок рассказа «записанный сон», который не только обозначает художественную действительность произведения как мир сна, грезы, но и акцентирует значимую в поэтике рассказа концептуальную лексему «сон». Согласно словарному значению, лексема «сон» имеет следующую семантическую структуру: «1. Наступающее через определенные промежутки времени физиологическое состояние покоя и отдыха, при котором полностью или частично прекращается работа сознания; 2. То, что снится, грезится спящему, сновидение» [Ожегов: 649]. Реализация того или иного значения существительного «сон» связана с возможностями функционирования лексемы в составе художественного текста. Сразу заметим, что в рассказе В. Брюсова она употребляется преимущественно во втором значении.

С первых строк произведения создается пространство сна, о чем заявлено уже в самом начале повествования: *Нет сомнения,*

*что все это мне **снилось, снилось** сегодня ночью* [Брюсов:66]. Но если в первой фразе герой уверен в том, что произошедшее с ним – это сон, о чем свидетельствует вводная конструкция «без сомнения», то уже во втором предложении проступают нотки этого самого сомнения: *Правда, я никогда не думал, что **сон** может быть столь осмысленным и последовательным* [Брюсов:66]. Так в тексте реализуется основной постулат в создании художественного мира цикла, который сам В. Брюсов формулировал в предисловии к сборнику следующим образом: «... одиннадцать рассказов объединены еще единой мыслью... Это – мысль о том, что нет определенной границы между миром реальным и воображаемым, между «сном» и «явью», «жизнью» и «фантазией» [Брюсов 1907:7], в силу чего «главным сюжетным событием новелл является столкновение двух «реальностей» в сознании человека., столкновение внутреннего бытия и внешнего существования героя» [Осипова:12–13]. Этот принцип становится определяющим и в создании пространственно-континуума рассказа. Таким образом, пространство рассказа двойственно: преимущественно это пространство сна, на смену которому в последнем абзаце текста приходит реальное пространство комнаты, где за любимым письменным столом герой записывает свой длинный сон.

Остановимся подробнее на способах создания пространства сна, события которого герой вспоминает по ходу развития сюжета рассказа. Лексема «сон» насчитывает в произведении 8 словоупотреблений, что свидетельствует о её важности в развитии авторского замысла: *Но все события этого **сна** стоят вне всякой связи с тем, что испытываю я сейчас ...* [Брюсов:66]; *А чем иным отличается **сон** от яви, кроме того, что оторван от прочной цепи событий, совершающихся наяву* [Брюсов:66]; *... я никогда не думал, что **сон** может быть столь осмысленным и последовательным* [Брюсов:66]; *Но во сне, первое время, у меня не было этого понимания эпохи* [Брюсов:67]; *В самом последовательном **сне** всегда бывают какие-то перерывы в действии* [Брюсов:68]; *... я пережил истинное счастье, а наяву или во **сне** – не все ли равно* [Брюсов:68]; *Но во мне уже не меркло сознание, что я сплю и вижу дурной **сон*** [Брюсов:70]; *На этом мой **сон** прерывается* [Брюсов:70].

Примечательно, что атрибутов, характеризующих сон, в рассказе упоминается всего несколько. Мы узнаем лишь, что сон – *мой, этот, последовательный, осмысленный и дурной*. В качестве синонима сна 2 раза употребляется автором лексема «греза» – «мечта [первонач.: призрачное видение, сон]» [Ожегов:124]: *Вспоминая теперь обстановку комнат... и другие мелкие подробности, я с ясностью понимаю, в какие времена унесла меня греза* [Брюсов:66]; ... *я понял, что я сплю, что все – и замок, и Гуго, и Матильда, и моя любовь к ней – лишь греза* [Брюсов:69]. В итоге сон и греза соединяются в восприятии героя в единое целое: *если я сплю и грежу теперь и вдруг проснусь на соломе в подземелье ...* [Брюсов:70].

Во сне герой переживает целую палитру чувств: это счастье и блаженство разделенной любви; гордость и любовь к своей родине, которую герой сравнивает с любовью к матери и в жертву которой он вынужден принести свою любовь к Матильде; это и мужество противостояния врагам, и радость за принадлежность к русской нации.

Пространство сна наполнено людьми, событиями, заполнено предметами. Основным пространственным ориентиром во сне является замок. Эта лексема, номинирующая один из важнейших пространственных ориентиров сна героя, употребляется в тексте рассказа 8 раз: *Мне снился рыцарский замок* [Брюсов:66]; *Замок был построен грубо* [Брюсов:66]; *Внутри замка были высокие, сумрачные покои* [Брюсов:66]; *Я жил в замке узником* [Брюсов:67]; *Владельца замка звали Гуго фон-Ризен* [Брюсов:67]; ... *в замке Матильда распоряжалась всем хозяйством* [Брюсов:67]; ... *что все – и замок, и Гуго, и Матильда, и моя любовь к ней – лишь греза* [Брюсов:69]; ... *проснусь на соломе, в подземелье замка* [Брюсов:70]. Среди атрибутов, конкретизирующих замок, употребляется лишь один – старинный. Его пространственными локализаторами выступают лексемы «окна», глубокие и неправильно расставленные, **покои**, высокие и сумрачные, **переходы** между ними, **комнаты**, смрадное **подземелье**. Они перечисляются, конкретизируя пространство замка, но развернутых описаний нет. Детализация помещений отсутствует, автор перечисляет лишь отдельные объекты обстановки, словно грубыми мазками создавая интерьер полудикой жизни средневековья. Среди поме-

щений замка внимание рассказчика акцентируется лишь на двух: башне, где первоначально был заложником герой, и темнице, куда его заключают после конфликта с хозяином замка.

Замкнутому пространству замка противостоит открытое пространство берега моря, на котором он расположен: *Мне снился рыцарский замок где-то на берегу моря. За ним было поле и мелкорослые, но старые сосновые леса. Перед ним расстился простор северных волн* [Брюсов:66].

Сам герой настойчиво повторяет, что он спит: *Я понял, что я сплю* [Брюсов:69], *Что если я сплю и грежу теперь* [Брюсов:70], словно пытаюсь убедить самого себя в том, что все произошедшее с ним ему всего лишь снится: *все это мне снилось, снилось сегодня ночью* [Брюсов:66]; *Мне снился рыцарский замок* [Брюсов:66].

Глагольная лексема спать в значении «находиться в состоянии сна» [Ожегов:655] синонимична глаголу «грезить» в значении «мечтать, погружаться в грезы» [Ожегов:124]. Сниться – «представляться, казаться (во 2-ом зн-и) во сне» [Ожегов:641]

Герой живет во сне насыщенной жизнью и в какой-то момент перестает осознавать грань между жизнью реальной и вымышленной, приснившейся ему, понимать, где он настоящий.

Важную роль в характеристике сна играет категория памяти, которая позволяет герою, с одной стороны, помнить этот сон, с другой же – передать в форме воспоминаний произошедшие с ним события. Таким образом действие рассказа разворачивается в воспоминаниях героя, который на протяжении всего произведения пытается понять, произошедшее с ним относится к миру реальному или ирреальному. Примечателен тот факт, что, если в начале произведения герой убежден, что все события, о которых он вспоминает, это всего лишь сон: *Нет сомнения, что все это мне снилось, снилось сегодня ночью* [Брюсов:66], то в конце рассказа от этой уверенности не остается и следа: *Что если я сплю и грежу теперь и вдруг проснусь на соломе в подземелье ...* [Брюсов:70].

Таким образом, основным видом деятельности героя является мыслительная деятельность, которая выступает важным звеном в характеристике его языковой личности. Репрезентативная структура концепта «мыслительная деятельность» представлена

лексико-семантическими средствами, к числу которых относятся мыслительные глаголы *думать, знать, вспоминать, понимать* в общем количестве 14 лексем.

Повествование произведения заключено в форму воспоминания, вследствие чего основу мыслительного процесса героя составляет глагол «*вспомнить*» и его корневые дериваты *вспоминать, вспоминая, воспоминания, вспоминается*, для которых общим лексическим значением является «возобновить в своей памяти» [Ожегов: 90]: *Вспоминая теперь .., я с ясностью понимаю, в какие времена унесла меня греза* [Брюсов:66]; *Но все события этого сна стоят вне всякой связи с тем, ... что говорят мне воспоминания* [Брюсов:66]; *Что-то вдруг начинало мучить мою память, как название, которое хочешь и не можешь вспомнить* [Брюсов:67]; *... когда я делал усилие, чтобы что-то вспомнить, моё сознание затуманивалось снова* [Брюсов:67]; *Мне вспоминается только, как мы с Матильдой бродили вдвоем по побережью* [Брюсов:68]; *И до сих пор моё сердце дрожит, когда я вспоминаю эту прогулку вдоль берега* [Брюсов:68]; *Тут вспомнился мне ... весь ход русской истории* [Брюсов:69].

Что же составляет основу воспоминаний героя? Это его очень похожий на реальность сон, события которого мучат память: *Что-то вдруг начинало мучить мою память...* [Брюсов: 67]. Через все произведение проходит так и не получивший ответа в конце рассказа вопрос: а может, это и не сон, и не воспоминание, а мечта, греза, а может быть, и реальность, а то, что происходит сейчас, есть сон? Таким образом весь мыслительный процесс героя сосредоточен на ответе на вопрос, где сон и где реальность, где жизнь действительная и где иллюзорная. Это подтверждают и особенности лексической сочетаемости других групп глаголов, выступающих в качестве периферийных компонентов концепта «мыслительная деятельность»:

1) «думать» в 1-ом словарном значении «направлять мысли на кого-что-н., размышлять» [Ожегов:156]: *Правда, я никогда не думал, что сон может быть столь осмысленным и последовательным* [Брюсов:66];

2) «знать», «зная» в значении «иметь сведения о ком-чем-н.» [Ожегов:201]: *... так как я уже знал, что проснусь и ничего не*

*будет – ни опасности, ни скорби* [Брюсов:69]; *зная, что настает миг пробуждения* [Брюсов:70];

3) «понимать», «понимая», «понял» в значении «обладать пониманием кого-чего-н» [Ожегов:484]: ... *я с ясностью понимаю, в какие времена унесла меня греза* [Брюсов:66]; *Но во сне, первое время, у меня не было этого понимания эпохи* [Брюсов:67]; ... *я понял, что я сплю...* [Брюсов:69].

То есть, как мы видим, объектами мыслей героя являются события все того же сна.

Подытоживая сказанное, отметим, что особенности функционирования концептуальной лексемы «сон» в тексте рассказа В. Я. Брюсова «В башне» определяются центральным для сборника «Земная ось» принципом двоемирия, реализующимся на всех семантических уровнях повествования и определяющим специфику языковой личности главного героя.

#### Литература:

1. Брюсов, В. Я. Земная ось. Рассказы и драматические сцены (1901-1906). М.: Скорпион, 1907. – 170 с.
2. Брюсов, В. Я. Повести и рассказы / Сост., вступ. статья и примеч. С.С. Гречишкина и А. В. Лаврова. – М.: Правда, 1988. – 464 с. – С. 66–70.
3. Ларина, Н. А. Миромоделирующие универсалии в малой прозе Леонида Андреева и Валерия Брюсова / Н. А. Ларина. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2018. – 350 с.
4. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие / В. А. Маслова. – 5-е изд. – М.: Флинта : Наука, 2011. – 296 с.
5. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: ок. 57 000 слов / под ред. Н.Ю. Шведовой. – М.: Рус. яз., 1986. – 797 с.
6. Осипова, О. И. Жанровое своеобразие прозы В. Брюсова 1900-ых годов: Автореф. дисс. ... канд. филолог. Наук. – Владивосток, 2009. – 22 с.
7. Степанов, Ю. С. Константы мировой культуры / Ю. С. Степанов, С.Г. Проскурин. – М.: Наука, 1993.

**Аннотация:** в статье анализируются особенности функционирования лексемы «сон» в рассказе В. Я. Брюсова. В центре авторского внимания – осмысление употребления указанной лексемы с позиций репрезентации пространственного континуума рассказа. Лексема «сон» рассматривается в аспекте её семантики, роли в пространственной организации произведения, места в мыслительной деятельности героя.

**Ключевые слова:** сон, идея двоемирия, функционирование, концептуальная лексема, пространственный континуум, мыслительная деятельность.

**Dubova M.A.**

**Conceptual lexeme «dream» as a way of representing the spatial continuum in the story «In the tower» by V. Brusov**

**Abstract:** The article analyzes the features of the functioning of the lexeme «dream» in the story of V. Brusov. The author's focus is on the understanding of the use of this lexeme from the standpoint of the representation of the spatial continuum of the story. The lexeme dream is considered in the aspect of its semantics, its role in the spatial organization of the work, its place in the mental activity of the hero.

**Key words:** dream, functioning, conceptual lexeme, spatial continuum, mental activity.

Капырина Т.А., Бондаренко М.И.

### **Поэтика и компаративистика: традиционность в вузовском образовании**

Сложно переоценить значимость научной школы в вузовском образовании. Осуществляясь в самых различных формах, она является стимулирующим толчком к научным достижениям обучающихся, которые под руководством опытных наставников проявляют познавательную самоотверженность.

Одной из таких форм работы в Государственном социально-гуманитарном университете (бывшем Коломенском государственном педагогическом институте) является проведение ежегодной межвузовской конференции молодых ученых «Поэтика и компаративистика», основанной в середине 1990-х годов на кафедре литературы филологического факультета.

Инициатором и идейным вдохновителем этих майских научных встреч изначально был доктор филологических наук, профессор А.П. Ауэр. Вместе с профессором И.О. Шайтановым он старался ориентировать студентов на научный диалог. «Формирование культуры мышления подрастающего поколения – главная основа образования. Мышление, как известно, имеет преимущественно вербальную форму, поэтому существует непосредственная зависимость между уровнем речевой компетенции и умением логически мыслить, понимать текст, вычленять в нем главное, аргументировать исходные тезисы, приходиться к нестандартным выводам и решениям» [10].

Название конференции – «Поэтика и компаративистика» – было призвано отразить сущность данного исследовательского форума. Термин «поэтика», известный еще с древнейших времен, в современной филологии имеет множество толкований, однако есть и общее в объяснении этого литературного явления: цель поэтики – «не оценка, а понимание смысла, причем не привнесенного той или иной идеологической модой, а «объективно присущего» тексту <...> и потому определимого научными методами, хотя этот смысл и меняется (в истории культуры всегда

можно и происходит переосмысление художественных структур» [5].

А.П. Ауэр посвятил множество работ поэтике: он рассматривал особенности поэтики М.Е. Салтыкова-Щедрина, поэтику щедринского гротеска, поэтику тургеневского психологизма, поэтику гротесков А.Н. Островского, Ф.И. Тютчева, поэтику философской прозы А.И. Герцена и многое другое. В 2008 году вышла монография А.П. Ауэра «Русская литература XIX века. Традиция и поэтика» [1], в которую вошли статьи прошлых лет, посвященные этому аспекту литературоведения.

Под компаративистикой (этот термин составляет вторую половину названия конференции) понимается самостоятельная литературоведческая дисциплина – сравнительное литературоведение [3]. Компаративный анализ с опорой на поэтику художественного текста стал методологическим ориентиром участников этих научных дискуссий. Исследование компаративных связей национальных литератур, русской и зарубежной литератур, проблемы рецепции и взаимовлияний литератур, сюжетов и мотивов составляет круг научных интересов участников конференции. Ведь как отмечает исследователь **М.И. Стюфляева** «Предмет художественной литературы – человек во всем многообразии его социальных и индивидуальных свойств. Типизация предполагает полнейшее раскрытие природы характера в типических обстоятельствах. Главное здесь – человек, обстоятельства вторичны, они играют роль проявителя» [9].

Не удивительно, что обсуждение докладов стимулировало организаторов конференции к изданию научных сборников [6, 7, 8] по итогам этих встреч, и сейчас готовится к печати уже четвертый выпуск.

Традиционно в конференции участвуют студенты и аспиранты из Московского городского педагогического университета, Московского педагогического государственного университета, Литературного института им. Горького, Российского государственного гуманитарного университета, Российского университета дружбы народов, конечно же, Государственного социально-гуманитарного университета и других вузов.

За последние несколько лет расширилась география участников конференции: укрепилось международное научное сотрудни-

чество между филологическим факультетом ГСГУ и факультетом журналистики Казахского университета имени аль-Фараби. Научным руководителем студентов КазНУ и инициатором взаимодействия российского и казахского вузов является старший преподаватель кафедры печати и электронных СМИ Л.П. Нода: стендовые доклады ее учеников вызывают интерес у участников конференции, ведь журналистика имеет множество точек соприкосновения с филологией: студенты сопоставляют печатные и интернет-издания, анализируют развитие публицистики в социальных сетях, особенности языковой политики, связанной с трехязычием в Казахстане, изучают влияние международных СМИ на отечественную журналистику, коллаборацию новых медиа и ТВ и многие другие актуальные вопросы этой сферы.

В этом году состоялась уже восемнадцатая встреча молодых филологов, к сожалению, уже четвертый год без ее бессменного руководителя профессора А.П. Ауэра. В числе ее организаторов теперь ученики Александра Петровича. Они стараются сохранить эту плодотворную традицию еще и в память о выдающемся Учителе. Среди молодых участников конференции в этом учебном году были бакалавры, магистранты и аспиранты ГСГУ, МПГУ, МГПУ, МГИК. С момента первого проведения данного научного форума на всех конференциях «Поэтика и компаративистика» присутствует традиция научного наставничества. Пленарное заседание обычно представлено докладами известных литературоведов, посвященных наиболее актуальным вопросам истории литературы, поэтике или компаративному анализу. В этом году пленарное заседание проходило в непривычно расширенном формате. Участники конференции познакомились с различными аспектами изучения творческого наследия В.В. Набокова (тематика заседания была обусловлена 120-летием писателя): были представлены четыре доклада, два из которых содержали итоги исследовательской работы магистранта и бакалавра филологического факультета МПГУ. Далее велась работа по четырем секциям. Две секции объединили доклады по зарубежной литературе (руководители секций «Поэтика зарубежной литературы» доцент Бондаренко М.И., доцент Капырина Т.А., профессор Никола М.И., профессор Прохоров Г.С.). Студенты рассматривали поэтику памяти, особенности нарратива, эволюцию характеров,

философию и поэтику музыкального романтизма произведений зарубежных авторов. Традиционно исследуется психология творчества.

«Психологизм питается неожиданным; художественный психологический анализ разлагает неожиданное, пока не обнаружит в нем закономерное... Неожиданное в литературе не следует понимать буквально, это не всегда то, чего не ожидает читатель; скорее то, что не исчерпывается каноническими моделями поведения героев» [11].

Следует отметить, что ежегодно секции зарубежной литературы являются очень сильными. С каждым годом увеличивается число современных зарубежных авторов, творчество которых становится предметом научного исследования студентов. Так, бакалавры филологического факультета ГСГУ обратились в своих докладах к творчеству Д. Хайнса, С. Кинга, А. Сапковского.

Работа двух других секций была посвящена поэтике русской литературы (руководители – профессор С.В. Сапожков, доцент В.И. Абрамова) и компаративным связям в национальных литературах (руководители – доцент Т.И. Кондратова, доцент Е.В. Егорова). Доклады освещали проблемы поэтики журнализма, рецепции, особенности мифотворчества, источники различных жанров в русской литературе, образы и мотивы в поэзии и прозе и их генетические корни, архетипы и монтажные принципы композиции в художественных текстах русской литературы.

Все участники конференции продемонстрировали в своих докладах основательную филологическую подготовку и увлеченность научным исследованием творчества русских и зарубежных авторов.

Еще одной традицией участников конференции является совместная прогулка гостей города по историческим и литературным местам подмосковной Коломны. На территории старого города гостей встречает являющаяся символом Коломны Маринкина башня Коломенского кремля. Знакомство с городом начинается с легенды о Марине Мнишек, известной в истории России персоной, память о которой хранят кирпичные стены. Далее юные филологи проходят по улице И.И. Лажечникова, первого русского романиста, «русского Вальтера Скотта», автора «Ледяного дома», чье «романтическое фантазерство<...> формирова-

лось в городе, пограничном между историей и легендой» [2]. Завершается экскурсия у дома Б.А. Пильняка, писателя, мемуариста и журналиста, многие годы жизни которого связаны с Коломной [4]. Совместная прогулка по литературным местам Коломны сопровождается беседами на филологические темы.

Таким образом, благодаря сохранению традиций филологический факультет Государственного социально-гуманитарного университета продолжает оставаться научной площадкой, дающей возможность начинающим литературоведам делиться результатами своих исследований, обмениваться опытом и дискутировать.

### Литература

1. Ауэр, А.П. Русская литература XIX века: традиции и новаторство / А.П. Ауэр. – Коломна: КГПИ, 2018. – 208 с.
2. Викторovich, В.А. Коломенские сюжеты Ивана Лажечникова // Дом Лажечникова: Историко-литературный сборник. Вып. 1. – Коломна: КГПИ, 2004. – С. 95
3. Компаративизм / Н.Д. Тamarченко // Поэтика: слов. актуальных терминов и понятий / гл. науч. ред. Н.Д. Тamarченко. – М.: Изд-во Кулагиной, 2008. – С. 101.
4. Мироненко, С.Н. Коломна глазами Пильняка: литературное краеведение / С.Н. Мироненко // Литература в школе. – 2018. – № 9. – С. 40–43.
5. Поэтика / Н.Д. Тamarченко // Поэтика: слов. актуальных терминов и понятий / гл. науч. ред. Н.Д. Тamarченко. – М.: Изд-во Кулагиной, 2008. – С. 184.
6. Поэтика и компаративистика / под ред. А. П. Ауэра, Т. А. Капыриной. – Коломна : Московский государственный областной социально-гуманитарный институт, 2011. – 81 с.
7. Поэтика и компаративистика: материалы конференции, посвященной памяти профессора А.П. Ауэра. Вып. II /под ред. М.А. Бондаренко, Т.А. Капыриной. – Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2017. – 211 с.
8. Поэтика и компаративистика: материалы конференции, посвященной памяти профессора А.П. Ауэра. Вып. III /под ред. М.А. Бондаренко, Т.А. Капыриной. – Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2018. – 196 с.
9. Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. – М., 1982. – С. 29.
10. Смирнова Л.Г. Слова с оценочным компонентом значения на уроках русского языка // Русский язык в школе. 2012. № 6. С. 29.
11. Гинзбург Л. О литературном герое. – Л., 1979. С. 118.

**Аннотация.** В статье освещается научная традиция проведения межвузовской конференции с международным участием «Поэтика и компаративистика».

**Ключевые слова:** поэтика, компаративистика, научная школа, филология, журналистика.

**Poetics and comparative linguistics: traditionalism in higher education**

**Abstract.** In this article the scholastic tradition of holding the inter-university conference with international participation “Poetics and comparative linguistics” is illuminated.

**Key words:** poetics, comparatively linguistics, scientific school, philology, journalism, State University of Humanities and Social Studies.

**Поэтика және салыстырмалы зерттеулер: жоғары білім берудегі дәстүрлілік**

**Аңдатпа.** Мақалада «Poetics and comparative studies» халықаралық қатысуымен интерколлигиалық конференция өткізудің ғылыми дәстүрлері көрсетілген.

**Түйін сөздер:** поэтика, салыстырмалы зерттеулер, ғылыми мектеп, филология, журналистика.

**Кудрявцев В.**

### **Зачем человеку нужна «короткая память»?**

Вначале мы все на обезьяну грешили. Дескать, расплачиваемся своим человеческим существованием за грехи ее обезьяньи. Но наука не стояла на месте. Неунывающие эволюционисты человеку новых родственников. И находили – то лемулов, то позднемеловых грызунов.

#### **Принимайте родственников!**

В Мертвом море был обнаружен микроорганизм, который по своему белковому составу идентичен человеческому глазу. Днем это одноклеточное око всплывает из глубин к поверхности воды – но не для того, чтобы полюбоваться щедрым ближневосточным солнцем. А для того, чтобы заполучить от светила необходимую для жизни дозу энергии, которую к ночи эта бактерия отправляется перерабатывать обратно в глубины. Совершать там таинство хемосинтеза. Генетика тут ни при чем – просто так «причудливо тасуется колода».

Зато развитие генетики вооружило эволюционистов более совершенными методами идентификации родственников. И нанесло удар по некоторым эволюционным представлениям, школьного, правда, свойства. Так, выявилась некоторая несостыковка с высшими приматами. Оказалось, что в структуре ДНК обезьян и человека при всей их близости имеется около полусотни отличий, в том числе, достаточно принципиальных. Т.е. Бог создал человека не совсем по образу и подобию обезьяны. Простите, сэр Чарльз, хотя вы никогда и не называли нашим отцом обезьяну, а лишь осторожно намекали на то, что у нас имеется общий с ней предок. Так что, мы – скорее, братья.

Гусь – свинье не товарищ, зато нам свинья (видимо, в порядке компенсации) – генетический собрат. ДНК свиней позволяет использовать их в качестве идеального поставщика донорских органов. Впрочем, если верить журналу ‘Science’, весь домашний скот генетически совместим с людьми почти на 80%.

«Кошки – это кошки, кошки не похожи на людей?» – поэт Уильям Джей Смит (в переводе Бориса Заходера) мог позволить себе такую поэтическую вольность. На 90% генный набор кошек абиссинцев не отличишь от человеческого. Если взирать на него «одноклеточным» подводным глазом.

Лет 12 назад снова в морских глубинах выловили червя, генетический код которого, разве что, не воссоздает один в один генетический код человека.

Я ничего не хочу сказать. Против генетики не пойдешь. Свиныя – так свиныя, червь – так червь. Родственники – так родственники. Принимаю и не стесняюсь. Потому что с детства люблю Самуила Яковлевича Маршака, который написал замечательные строчки:

*Человек – хоть будь он трижды гением -  
Остается мыслящим растением.  
С ним в родстве деревья и трава.  
Не стыдитесь этого родства.  
Вам даны до вашего рождения  
Сила, стойкость, жизненность растения.*

Правда, невольно приходит на память и Цветаева:

*Это ты – тростник-то Мыслящий –  
Биллиардный кий!*

Я понимаю, что все живое – едино внутри себя. И не только живое – все сущее. Даже Божий дар и яичница. А для кого-то яичница – и вовсе Божий дар.

Но давайте пойдем и другое. Мой учитель психолог Василий Васильевич Давыдов как-то сказал: «Может, кто-то и произошел от обезьяны, но я – точно от человека. Я своих родителей помню».

### **Эволюционизм без границ**

Эволюционисты и, вообще, биологи мыслят глобально. Для них человеческий организм обладает «памятью» о всех своих предшествующих «реинкарнациях» в материале живого: от при-

матов – до бактерий. Эта длинная (не путать с долговременной) «память» по-своему воссоздает единство живого, но особой избирательностью, увы, не отличается. Слепо доверяясь ее показаниям, можно придти к выводу о том, что между амебой и Эйнштейном никакой существенной разницы нет. О чем и сказал философ Карл Поппер. Правда, его язвительный коллега Бертран Рассел заметил по сему поводу: плохо, что это сказал философ, а не амeba.

Память, которую имели в виду психологи, намного короче (не путать с кратковременной памятью). Но именно она позволяет человеку связать мир в себе в некое целое. Именно благодаря ей человек становится по-настоящему родственен всему живому и неживому.

Расставаясь раз и навсегда с материнским лоном, он не попадает в абстрактную внешнюю среду, состоящую из ничего не значащих вещей и явлений. Эту среду с заботой и любовью создают для него мамы и папы, бабушка и дедушки в пространстве детской. Потом – всего дома. А позже приходят другие люди, через которых он открывает куда более широкий и далекий мир. Что человеку до птиц? Ничего – если они не напоминают ему об эмоциональной связи со значимым человеком. С другими людьми, в пределе – всем человечеством. Из детства мы выносим не только воспоминания о веселых попугайчиках, но и о том, как в погожий весенний день выбирали их с мамой в зоомагазине, а вечером дома учили с папой разговаривать. Это было так замечательно! Как и соловьиная трель в парке, которая так волновала мое сердце, потому что рядом сидела Она. Как и полет чайки Джонатан Ливинстон, в котором я узрел образ собственной свободы... Что человеку – птица? Гекуба? Мир? Самые далекие, да еще и гипотетические «черные дыры»? Что я потерял в это дыре?

«Степень родства» во всех случаях подсказывает не длинная, но лишенная осмысленности, «природная», эволюционно-генетическая память, а та самая короткая – истинно человеческая. Которая может стать *память обо всем мире*.

### **Как тут не вспомнить Экзюпери:**

*«Скучная у меня жизнь. Я охочусь за курами, а люди охотятся за мной. Все куры одинаковы, и люди все одинаковы. И живет»*

*ся мне скучновато. Но если ты меня приручишь, моя жизнь точно солнцем озарится. Твои шаги я стану различать среди тысяч других. Заслышав людские шаги, я всегда убегаю и прячусь. Но твоя походка позовет меня, точно музыка, и я выйду из своего убежища. И потом – смотри! Видишь, вон там в полях, зреет пшеница? Я не ем хлеба. Колосья мне не нужны. Пшеничные поля ни о чем мне не говорят, И это грустно! Но у тебя золотые волосы. И как чудесно будет, когда ты меня приручишь! Золотая пшеница станет напоминать мне тебя. И я полюблю шелест колосьев на ветру...»*

Человеческая память – проблема психологии личности, ее сознания и самосознания. И лишь постольку – проблема *психологии познания*. Впервые столкнулся с этим обстоятельством и зафиксировал его З. Фрейд. Сейчас, уже независимо от психоаналитической традиции, это стало трендом внутри различных психологических направлений. В культурно-исторической и деятельностной психологии посыл к этому мы обнаружим в работах Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, П.И. Зинченко, А.А. Смирнова, В.П. Зинченко, Т.П. Зинченко и др. Фундаментальным прорывом здесь стала концепция автобиографической памяти В.В. Нурковой.

В чем отличие этого подхода от психоанализа, который возделывает то же проблемное поле? Воспоминания психоанализа – это «воспоминания о прошлом», которые предзадают образ настоящего, заранее наполняя его смыслом. Психоаналитику остается лишь уловить его в потоке «свободных ассоциаций», а анализант может при этом испытать «шок из прошлого». У автора исследования автобиографические воспоминания – это «воспоминания для будущего». Цель – как осмысливаемая перспектива – не просто «притягивает» их из прошлого, но по-особому реорганизует содержания автобиографической памяти. Мы любим повторять тезис о том, что память, воспоминания человека – это гарант целостности его личности. Иногда условно вынося за скобки то не менее очевидное обстоятельство, что речь всегда идет о развивающейся *в постоянном смыслообразовании* личности. Автобиографические воспоминания – всегда развивающиеся и развивающие. Это – нескончаемое путешествие во времени

жизни личности, цели которого могут меняться. Прочитую поэта Циприана Норвида:

*...Мысль моя, плыви с ангелом,  
Плыви, как когда-то я плыл:  
За воспоминанием – плыви воспоминанием...*

Вероятно, Платон был бы очень удивлен (не в его, «платоновском», смысле), что мы, изучившие еще на студенческой скамье его диалог «Менон», где развернута идея анамнезиса (припоминания как творчества) по-прежнему продолжаем рассматривать воображение и память (даже трактуя ее как «активную», «конструктивную», «деятельную») в качестве антонимов, если не антагонистов.

### **Человек человеку – человек**

Еще одна иллюстрация о различии «природной» и «человеческой» памяти, и не только памяти.

Всем известна та ревностность, которую в материнстве проявляют лосихи. Не приведи встретить лосиху с детенышем в лесу. Любое неловкое телодвижение может быть расценено мамой как потенциальная угроза для детеныша. И тогда останется лишь уповать на судьбу или на умение лазить по деревьям. Но зоопсихолог и охотовед Ю.А. Курочкин провели опыты: лосенка подбрасывали лосихе не на ее территории. Так вот, в «чужом» месте лосиха не узнавала собственного детеныша, более того – пыталась забить его ногами. Так же и самая идеальная – заботливая, внимательная, самоотверженная – в животном царстве мама, мама-волчица, убегает, побросав волчат, если нору разбередил человек с ружьем.

К счастью, не только ружье делает человека человеком.

Многим знаком рассказ Рэя Бредбери «Голубая пирамидка» [1]. Напомню сюжет. В далеком будущем роды принимает специальная родильная машина. И вот, однажды машина дала осечку: отправила новорожденного в иное измерение. В итоге в «родном» измерении он принял вид голубой пирамидки. Родители впали в смятение: существо, имеющее такой образ, не может жить в нашем мире. Но специалисты сказали им, что в другом измерении

голубая пирамидка имеет вид обычного человеческого ребенка. Они предложили родителям самим удостовериться в этом, перенесясь при помощи техники в то же измерение. Но предупредили, что вернуться оттуда будет уже невозможно. Там они навсегда останутся со своим ребенком. А в этом мире приобретут образ голубых пирамидок.

Рассказ завершается описанием того, как на лужайке около дома две большие голубые пирамидки заботливо выгуливают третью – маленькую...

Все мы – немножко голубые пирамидки. Потому что это и есть человеческое в нас, людях.

#### **Литература**

Брэдбери Р. Соч. в 2 тт. М.: Терра, 1997. Т. 1.

**Аннотация.** Эволюционисты и, вообще, биологи мыслят глобально. Для них человеческий организм обладает «памятью» о всех своих предшествующих «реинкарнациях» в материале живого: от приматов – до бактерий. Эта длинная (не путать с долговременной) «память» по-своему воссоздает единство живого, но особой избирательностью не отличается. А избирательная человеческая память становится памятью обо всем мире.

**Ключевые слова:** эволюционизм, память, смысл.

Лебедева Н.А.

**Памяти Николая Вишняка  
(к 30-летию вывода Советских войск из Афганистана)**

**Постановка проблемы.** «Вот уже миновало 30 лет со Дня вывода Советских войск из Афганистана. Судьбы воинов той войны сложились по-разному, но в целом участники тех трагических событий добились очень многого в мирной жизни. Свои внутренние переживания они стали трансформировать в песни, стихи, прозу, живопись и кинематографию. Угол зрения, при помощи которого выражается их мировоззрение, достаточно интересен своей практической значимостью как альтернатива навязываемым зарубежным ценностям» [2, с. 11].

**Анализ последних публикаций и исследований**

В книге о творчестве воинов, воевавших в Афганистане, отмечено, что военно-патриотическое творчество – это явление духовной сферы человеческой жизни, создаваемое людьми, находящимися или находившимися на военной службе, в основе которого лежит преданность и любовь к Родине, своему Отечеству, к своему народу. Базой военно-патриотического творчества является культура данного народа во всех её практических и мировоззренческих проявлениях, формах объективной реализации [3, с. 9]. Участники боевых действий в Афганистане, в целом – люди со своим особенным внутренним миром, которые действительно находятся или отдали много лет служению Отчизне, которые любят свою Родину, свой народ. Открыв в себе творческую составляющую, они создают качественно новое и уникальное, историческое явление, выраженное в песнях, поэзии, живописи, журналистике и документальном кино [5, с. 10], [6].

**Выделение нерешённых ранее частей общей проблемы**

Николай Вишняк – гордость земли Таврической, гордость украинской авторской песни. Он прошёл войну в Афганистане, от него отказались медики, он создал уникальные песни и... трагически погиб в мирное время от рук нелюдя...

**Цель статьи** – к 30-тилетию вывода Советских войск из Афганистана представить научному сообществу международного уровня творчество Николая Александровича Вишняка, певца земли Таврической.

### **Изложение основного материала исследования**

Вишняк Николай Александрович, родился 6 июля 1964 года в селе Вольная Украина Херсонской области Голопристанского района. В 1971 году семья переехала в село Долматовка Херсонской области Голопристанского района. В 1979 году окончил Долматовскую 8-летнюю школу. С 1979 г. по 1982 г. учился в Хорловском СПТУ. В 1982 г. поступил в Харьковский индустриально-педагогический техникум, откуда и был призван в ряды Советской Армии, в апреле 1983 года. Службу проходил в Афганистане в первом батальоне спецназа в/ч п/п 35651 механик-водитель БМП. В январе 1984 г, будучи в карауле, при обстреле получил тяжелое ранение. Лечился в госпитале г. Кабул, затем отправлен в г. Ташкент, где был прооперирован и для дальнейшего лечения переведен в окружной военный госпиталь 367 г. Тбилиси, где был комиссован из рядов Советской Армии по инвалидности. С 1984 г. являлся инвалидом войны. По состоянию здоровья продолжать учебу в Харькове не смог. Трудовую деятельность начал в сельском доме культуры на должности художественного руководителя. С 1985-1988 гг. заочно учился в Херсонском культпросвет училище и получил специальность – хормейстер. «Нельзя не сказать о том, что главную роль в моей жизни, а особенно в творчестве, сыграл Афганистан – говорил Николай Александрович. – В 1985 г. при доме культуры, я организовал ВИА «Шурави». Наш репертуар состоял из песен разного жанра, но основная тематика – армейские песни» [6].

«Позже я начал пробовать и свои песни. Наш коллектив неоднократно принимал участие в районных смотрах художественной самодеятельности, а потом и в областных. В 2000 г. я уволился с работы, после чего начал вплотную заниматься общественной работой» [6].

С 2001 г. он стал лауреатом многих Всеукраинских и Международных конкурсов и фестивалей патриотических песен.

«В 2004 г. вышел в свет мой первый авторский альбом под названием «Мой Афган», – так рассказывал Николай Вишняк в

2009 году о своих творческих достижениях автору данного исследования [3].

В 2007 г. Николай Вишняк окончил факультет журналистики Международного университета Украины.

За весомый вклад в развитие ветеранского движения, патриотическое воспитание молодежи награжден многими дипломами, грамотами, медалями.

**В 2009 год** – награжден орденом «За мужество».

Мы обязательно остановимся подробнее на общественном признании этой героической личности, поскольку только невероятно сильный духом человек, будучи инвалидом, мог достигнуть подобных высот, порой недостижимых даже для здоровых людей, которым неизвестно, что такое война.

Он работал над созданием своего очередного альбома и проживал в городе Херсоне, когда трагически оборвалась его жизнь – 1 февраля 2010 года.

Люди, которые лично знали Николая Александровича, отмечают его любовь к родной земле, его крестьянское начало. Родные Николая Александровича любезно предоставили автору настоящей статьи рукописи для книги «Мой Афган» Николая Вишняка», содержащие наиболее достоверные факты из жизни семьи участника боевых действий, из которых следует, что музыкальные данные обусловлены его наследственностью.

Доказательством уникальности творческого наследия Николая Александровича Вишняка, на наш взгляд, могут послужить те факты общественного признания, которые подтверждены документально множеством дипломов, хранящимися в офисе Херсонской областной организации ветеранов Афганистана. Приведем наиболее важные культурные награды этого невероятно талантливого человека.

**2000 год** – Победитель (1 место) в номинации «Популярная песня» фестиваля солдатской песни «Оберег» (г. Херсон, Украина)

**2002 год** – Лауреат третьей степени Всеукраинского фестиваля-конкурса Афганской песни «Память без границ» (г. Кузнецовск, Украина)

**2005 год** – Специальная награда за авторский альбом «Мой Афган» Всеукраинского фестиваля журналистики «Человек и оружие» (г. Киев, Украина)

**2006 год** – награда «За лучшую авторскую песню» регионального конкурса-фестиваля военно-патриотической песни «Афганистан звучит в моей душе» (г. Николаев, Украина)

**2006 год** – Лауреат II премии Международного фестиваля героико-патриотической песни «Солдаты мира XXI столетия» (г. Харьков, Украина)

**2007 год** – Лауреат II премии среди авторов-исполнителей песен патриотической направленности Всеукраинского фестиваля-конкурса военно-патриотической песни «Афганистан звучит в моей душе» (г. Николаев, Украина)

**2007 год** – Лауреат Международного фестиваля военно-патриотической песни и поэзии «От войны до войны: автомат и гитара», посвящённый 65-й годовщине разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Сталинградской битве (Россия, р.п. Рудня, Волгоградской области)

**2007 год, г. Ялта (АР Крым, Украина)** – Благодарность за активное участие и проведение Благотворительного марафона «Солдаты XX века за мир на планете»

**2008 год** – Награда «Лучший солист» за высокое вокальное исполнительское мастерство II-го Международного фестиваля военно-патриотической песни «Боевое братство» (Украина, г. Саки АР Крым)

**2008 год** – Почётная грамота за активное участие в благотворительном марафоне «Солдаты двадцатого века за мир на планете» (Украина, г. Ялта АР Крым)

**2008 год** – Награда за активное участие в укреплении боевого братства, посвященная 11-й годовщине открытия погибшим воинам-интернационалистам и открытию памятного знака пограничникам. (г. Красный Луч, Украина) [5, с. 56], [6].

Известность Николая Вишняка, как мы уже отметили, распространилась на всё постсоветское пространство. Он – Лауреат в номинации «Авторы» Международного фестиваля гражданско-патриотической песни «Эй, славяне!» (г. Пермь, Россия); Лауреат в номинации «Авторская песня» фестиваля-конкурса «Сияние надежды»; многократно награждён благодарностями за содействие в проведении фестивалей-конкурсов военно-патриотической песни «Оберег», «Афганистан звучит в моей душе», «Солдаты XXI столетия»; награждён почётной грамотой «За со-

действие органам внутренних дел, активную гражданскую позицию, оказание весомой деловой помощи милиции при исполнении возложенных на неё обязанностей и к празднованию Дня защитника Отечества; за доблесть и мужество, проявленные во время интернационального долга в Афганистане и активное участие в работе Херсонской областной организации ветеранов Афганистана. Приведём в качестве примера высокого Международного признания выписку из приказа №42/06 в г. Пермь (Россия) о награждении Николая Вишняка Юлианским Орденом рыцарей князя Александра Невского: *«За инициативность, самоотверженность и решительность, проявленные при исполнении профессионального долга и достойное служение своему Отечеству, за деятельность, направленную на дело воспитания населения в духе патриотизма и национальной гордости, и в связи с проведением Международного Фестиваля гражданско-патриотической песни «Эй, славяне!» Приказываю: 1. Наградить медалью 3-й степени с мечами ордена Евпатия Коловрата Неистового (№172) – рядового Вишняка Николая Александровича. Выполнил интернациональный и патриотический долг в Республике Афганистан в 1983-1984 годах механиком-водителем БМП в составе батальона спецназа, получил боевое ранение. Лауреат Международного фестиваля гражданско-патриотической песни «Эй, славяне!». Автор-исполнитель песни-марша «Матушка-пехота». Великий магистр Юлианского Ордена рыцарей князя Александра Невского – Ю.Л. Исаков» [5, с. 58], [6].*

Творчество Николая Александровича Вишняка чрезвычайно многогранно. Как поэт, он проявил себя, создавая поэтические тексты на двух языках: русском и украинском. Его стихотворения ложатся на музыку его собственного сочинения. Тематика песен охватывает практически все сферы жизни, хотя тема войны остаётся основополагающей. Так, в стихотворениях «Десантники» [1] и «Мы – спецназ» [1] раскрывается тема боевого братства, способность приходить на помощь в любую минуту, спасти жизнь друга в бою. Когда у парня не раскрывается парашют – товарищ приходит ему на помощь:

*Но выучка армейская такая,  
Что, если надо, выход мы найдём.*

*И с громким криком, за руки хватая:  
«Держись, браток, авось не пропадём!»*

Песня «Нам скоро домой» [1], [3, с. 53], [5, с. 58] передаёт чувства ожидания отправки домой на фоне боевых действий. Смерть повисла над ребятами, которые ждут «дембеля», но, не смотря на это, слова песни наполнены оптимизмом в обращении к другим солдатам, кто только начал проходить столь нелёгкую службу:

*Салага, родной, нам скоро домой.  
Но ты не грусти, вернёшься и ты.  
Хотелось бы так, но близится враг.  
Ты пуль не жалеи, стреляй поскорей.*

Продолжением темы возвращения воинов-интернационалистов является поэтический текст песни «Прощай, Афган!» [1], [3, с. 53], [5, с. 58]. Радость встречи с Родиной всё-таки окрашена грустью, ведь душевные раны останутся в сердцах этих людей навсегда:

*Домой уходят колонны из Афгана –  
Последние с безжалостной войны.  
На лицах радость, а в душе – рана.  
Встречай, Союз, идут твои сыны.*

Трагедия молодых людей, оставшихся покалеченными, раны, в душе которых долго ещё будут кровоточить, находим в словах песни «Разговор с тростью» [1], [5, с. 59]. Интересно композиционное построение данного произведения: поэт описывает две реальности мир – война. Одушевляя трость, он, тем самым, даёт предмету право разграничить эти два мира, то есть, мирное время, выраженное объективно («Здесь нет войны, здесь пули не свистят») и воспоминания о госпитале – субъективно:

*...Эх, трость, тростинушка, подаренная мне.  
Те пять имён, что написал я на тебе,  
По очередности ходили все с тобой,  
Пять мужиков ходили – а я шестой!*

Душевные переживания бойца выражены в поэтическом тексте песни «Письмо из Джелалабада» [1], [3, с. 54], [5, с. 59]. Описание страшных событий: смертей во время боя, и непринятие героизма воинов-интернационалистов («Скажут о нас: «лжегерои») должно стать уроком для будущих поколений.

Родительское горе, горе матери, потерявшей сына на войне, щемящей болью проникают в души слушателей песен «Руки матери» и «Солдатська могила». Завораживающий и заставляющий задуматься танец был поставлен хореографическим коллективом города Херсона на песню «Солдатська могила» [1], [3, с. 55], [5, с. 60]. Преемственность поколений находим в поэтических произведениях «Руки матери» и «Как дед под Берлином» [1], [3, с. 55], [5, с. 60].

*Ты провожала в армию меня,  
Своё напутствие промолвила с слезою.  
Сил не жалей, но береги себя,  
Достоин деда будь, погибшего героя.*

*Не в сорок первом, а в восемьдесят пятом,  
В чужом краю не всем дано понять –  
Он воевал и верен был присяге  
И тем словам, что говорила мать.*

Песня «Воспоминание о войне» [1], [3, с. 55], [5] представляет собой подробное описание боевой операции, причём не просто описание, а прочувствованный и выстраданный рассказ, где есть всё: нервы на пределе, преданность другу, ненависть к врагу. Душа автора кричит в этой песне:

*Погибель та равна нулю,  
Кто прав, кто не прав, не пойму,  
А дома ждёт мать и жена,  
Будь проклята эта война!*

Боль потери навсегда будет жить в сердцах выживших солдат. Всегда будут помнить живые тех, кто остался на поле боя в Афганистане. Этой теме посвящена песня «Журба» [1]:

*А я бачу вас, а я кличу вас,  
Мої ви хлопці побратими,  
Ви закопані в могили,  
Але ви завжди тут з нами,  
Із живими із братами.*

Солдатской гордостью наполнен поэтический текст песни «Мы – спецназ!» [1], [5, с. 61], [6]. Подробное описание боя и трагическое событие преподносит поэт и композитор слушателям данного произведения так, что в душе остаётся гордость и вера в нашу армию:

*Восемнадцать человек: шаг за шагом, следом в  
след,  
Мы идём цепочкою тихой летней ночью.  
Вдруг на трассе пули градом, а ведь это совсем  
рядом,  
И пылает «наливник»: «Эх, давай, держись,  
старик!»*

Присутствуя на встречах с молодёжью вместе с Николаем Александровичем, автору данного исследования приходилось наблюдать, с каким восторгом студенты и школьники воспринимают его песни.

Как отмечено в книге «Мой Афган» Николая Вишняка» [6], в становлении поэта детские годы сыграли значительную роль. На всю жизнь он сохранил любовь к родной земле, к Херсонщине. Все свои стихи и песни он посвящал людям. Николай Вишняк остро чувствовал связь красоты поэзии (поэтического слова) с духовными стремлениями окружающих его людей. Народное творчество деревни – песни, сказки, пословицы сформировали вкусы и представления барда. Николай Вишняк любил и читал классиков русской и украинской литературы, не скрывая того, что очень любит героическое прошлое нашего народа. Семейные традиции стали толчком передачи эстафеты поколений.

*Про Великую Победу  
В детстве слышал я не раз*

*Мне рассказывал мой деда,  
Классный дед был,  
Жаль, нет средь нас.*

(из поэмы «Сергей Тёпкин») [6]; [4]

Вспоминая рассказы близких людей, высоко ценя и любя поэму Александра Трифоновича Твардовского «Василий Тёркин», Николай решает написать поэму, которая станет той эстафетой, которую он сможет передать молодёжи. Поэма «Сергей Тёпкин» должна была бы стать спектаклем. Поэтические тексты органично переплетались с песнями. Каждому эпизоду должна была соответствовать песня. Николай Вишняк задумал создать произведение, которое было бы правдивой летописью Афганской войны и вдохновляющим военно-патриотическим агитационным словом, а также нравственно-философским, социально-историческим осмыслением событий Афганской войны.

Главный герой поэмы «Сергей Тёпкин» [4] должен был приобрести обобщённые, почти символические черты и олицетворять собой обобщённый образ воинов-афганцев. Николай Вишняк задумал создать образ весёлого и удачливого бойца, в котором бы воплотились все положительные черты воина-афганца, накопившиеся за время той страшной десятилетней войны. Отношение к войне в Афганистане после распада Советского Союза стало довольно противоречивым. Факты, что кто-то из военнослужащих медали и награды просто покупает, очень больно ранили честного и принципиального Николая Вишняка. Поэтому он и хотел, подобно Твардовскому, создать собирательно-правдивый образ воина-афганца, являющийся ответом лживой и порочной действительности нашего времени. Он стремился передать морально-этическое содержание души «афганцев» молодым людям.

*Поезд мчится, вдаль дорога  
Едет в Армию Серёга  
Зоркий глаз, крепка рука  
Сильный дух у мужика  
Это наш Василий Тёркин  
А точнее, Серёга Тёпкин. [6]*

Поэма имела уникальную композицию: после каждого небольшого поэтического рассказа следовала песня.

26 декабря 2009 года в День 30-летней годовщины ввода Советских войск в Афганистан Николай Александрович Вишняк презентовал главы поэмы-спектакля своим побратимам в г. Херсон [4].

В поэме он правдиво хотел рассказать о том, какие героические усилия потребовались нашим ребятам, чтобы выжить, стоя на страже нашей огромной Родины, выполняя при этом долг, перед соседним народом.

В своём поэтическом труде автор правдиво изображал фронтовой быт, всё, что сопровождает солдата в его военной жизни. Поэт не ищет красивых слов, не боится изображать самые прозаические подробности. Они играют свою роль в реалистическом портрете солдата. В поэтическом тексте он специально отходит от общепринятых литературных канонов.

*День за днём летят, как пух  
Сергей Тёпкин теперь «дух»  
Служба в Армии не мёд  
Чистит Серый пулемёт  
Дал сержант ему с размаху  
ВДВину «калыбаху»  
А сейчас он в карауле  
Служит Тёпкин наш в Кабуле  
Он приказы выполняет  
Сослуживцам помогает  
Всё чин-чином, всё как надо  
Лучший воин спец отряда [6]*

В поэме «Сергей Тёпкин» Николай Александрович ставил перед собой задачу: показать подлинное величие обыкновенного молодого парня, воина-афганца – типичный портрет солдата, действующего в типичных обстоятельствах войны. Николай Вишняк не случайно начинает свою поэму с рассказа деда о Василии Тёркине. В данном случае, он продолжает лучшие традиции русской литературы. Он продолжает традиции воспитания молодого поколения, которые пронесли ветераны Великой Отечественной войны [4].

Автор принципиально отстаивает свою позицию и противопоставляет настоящего воина-афганца той, так сказать, грязи, которую можно нередко обнаружить в печатных изданиях, относительно фактов событий в Афганистане. Характерные черты воина-афганца Сергея Тёпкина: стойкость, помогающая вынести, казалось бы, непосильные тяготы войны; мужество с которым он встречает ежедневную, ежечасную опасность; верность воинскому долгу; любовь к Родине готовность ради неё на любой подвиг; наряду с этим – скромность, отзывчивость к чужой беде, любовь к шутке и остроумному слову, презрение к смерти и любовь к жизни, уважение и любовь к близким, терпеливо ждавших его [4, с. 105].

Николай Вишняк стремился раскрыть и передать суровую правду войны. В этом мы убеждаемся, читая описание боя. И, можно только предполагать, догадываться, какие ещё факты собирался освятить в своём произведении этот замечательный человек.

Описание боя поражает своей реалистичностью: нахождение автора поэмы в центре событий, вместе со своими персонажами придаёт жизнь поэтическому произведению. Он слился со своими героями: рядом Тёпкин, прапорщик Волошин, «Долгожданные, родные:/ Появились Ми-восьмые!». Далее мы видим и медиков, и командира «сороковой», и молодых солдат.

Удивительна персонификация в песне «Крылатая ракета»: перед нами предстаёт монстр, уничтожающий всё на своём пути – несущий горе и смерть, с гордостью поющий о себе и своих деяниях – страшное оружие – крылатая ракета. Поэтическое содержание абсолютно точно соответствует музыкальному настроению – страх и разрушение передаёт автор зрителю с первых же аккордов песни [4, с. 105], [5, с. 66].

Тёпкин прошёл все военные тяготы, заслужил в бою награды, прикрывая грудью товарища. Он – настоящий мужчина, настоящий герой! Он – защитник Отечества и наследник лучших военных традиций отцов и дедов своей Родины! Он выжил, он выстоял, он вернулся...

Вся сюжетная линия гармонично пронизана песнями Николая Вишняка. Каждому эпизоду соответствует та или иная музыкальная композиция, что придаёт поэме особенную уникальность.

В поэме мы находим не только армейские образы, но также и образы близких людей. Строки о них наполнены особенным трепетом и нежностью. Это неудивительно, если учесть факты автобиографии Николая Александровича: его верно ждала с войны супруга Ольга.

Эта прекрасная женщина дождалась Николая с Афганской войны, вышла за него замуж, воспитала двух замечательных детей. Именно она вдохновляла Николая на создание им новых песен и стихов, мечтала о создании спектакля в районном доме культуры.

Поэма наполнена любовью к жизни. Всё в ней хорошо: есть и свадьба, и рождение детей, и пожелания долгих мирных лет. Такая жизнерадостность, юмор и доброта пронизывают всё творчество Николая Вишняка, становясь именно его неповторимой «изюминкой» [4, с. 106].

Большую часть поэтического текста занимает разговорная речь, а также фронтовая лексика, что характерна непосредственно «афганскому периоду» наших Вооружённых сил. Например, «зелёнка», «духи», «коробка», «башня» и т.д. Слова автора порой трудно отличить от слов Сергея Тёпкина. Тем не менее, поэт умеет подобрать простые, точные выражения и обороты речи для описания событий, людей... Николай Вишняк говорил, что ставил перед собой цель – пронизать поэму любовью к Родине для того, чтобы она получилась по-настоящему народной: понятной всем: от мала до велика. Как уже отмечено выше, большое количество песен придало произведению ту неповторимость и композиционную особенность, превращающую поэму в спектакль.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Слияние искусств – вершина мастерства поэта, автора-исполнителя и музыканта Николая Вишняка, которую описать можно наиболее удачно и точно, на наш взгляд, в контексте такой глобальной науки, как культурология. Его творчество заслуживает широкого распространения и изучения, а его поэма обязательно должна быть поставлена на большой сцене и представлена зрителю.

**Дискография:**

1. Вишняк Н. Мой Афган. – УСВА, 2009.

**Литература:**

1. Лебедева Н.А. Кинематографическое творчество участников боевых действий (к 30-летию вывода советских войск из Афганистана) // Научный форум: Филология, искусствоведение и культурология: сб. ст. по материалам XXIII междунар. науч.-практ. конф. – № 2(23). – М., Изд. «МЦНО», 2019. – С. 11-23. <https://nauchforum.ru/conf/philology/xxiii/47888>
2. Лебедева Н. А. Культурологический аспект творчества воинов-афганцев/ Н.А. Лебедева. –Херсон: Стар, 2009. – 137 с.
3. Лебедева Н. А. Незакінчена поема Миколи Вишняка / Н. А.Лебедева // Перспективи розвитку сучасної науки. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7-8 травня 2015 року). – Ч. II. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 103–107. <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/cult/04may2015/69.pdf>
4. Лебедева Н. А. Творчество участников боевых действий в Афганистане (30-тилетие вывода Советских войск из Афганистана посвящается) / [Н. А. Лебедева] – LAP Lambert Academic Publishing, 2019. – 149 с.
5. Мой Афган Николая Вишняка / ред. Н. А. Лебедева. – Херсон, 2011. – 124 с.

**Аннотация:** Статья посвящена популяризации творческого наследия участника боевых действий в Афганистане, проживавшего в Херсонской области, автора-исполнителя известного на всём постсоветском пространстве Николая Вишняка. Исследованы особенности его песен и поэмы, которая должна была стать спектаклем. Доказано значение творчества Н. Вишняка в культурологическом контексте.

**Ключевые слова:** культура, фестиваль, международный, поэма, песни Афганистан, творчество.

**Lebyedyeva N. A.**

**To the Memory of Nicholay Vyishnyak (to the 30th Anniversary of the Soviet troops' Withdrawal from Afghanistan)**

**Abstract:** The article is devoted to the popularization of the creative heritage of the combatant in Afghanistan, who lived in the Kherson region, the author-performer Nikolay Vishnyak, who is famous throughout the post-Soviet space. The features of his songs and the poem, which was supposed to be a performance, are investigated. The value of N. Vishnyak's creativity in a cultural context is proved.

**Key words:** culture, festival, international, poem, songs Afghanistan, creativity.

**Лебедева Н.А.**

**Николас шерінді аса (Кеңес әскерлерінің Ауғанстаннан шығарылуының 30-жылдығында)**

**Андатпа:** Мақала Херсон аймағында өмір сүрген ауған жауынгерінің өмір мен ерлік жолын баяндайтын посткеңестік кеңістікте танымал автор-орындаушы Николай Вишняктің шығармашылығына арналған. Оның өлеңдері мен поэмасының ерекшеліктері зерттеледі. Мәдени тұрғыда Н.Вишняк шығармашылығының мәні дәлелденеді.

**Түйін сөздер:** мәдениет, фестиваль, халықаралық, өлең, Ауғанстан әндері, шығармашылық.

УДК 811.34

Лифанова Т.Ю.

**Латинский язык:  
к основам философской терминологии**

*Gaudeamus igitur,  
Juvenes dum sumus!*

*Lingua Latina* – латинский язык, латынь, согласно многообразным словарным определениям, является языком Древних Римлян, не имеющим широкого распространения в современное время. Иными словами, латинский язык возможно классифицировать как мертвый язык. Но это не совсем точное определение, как в фактическом, так и в содержательном контексте.

Если смотреть формально – то в наши дни латинский язык является официальным языком Святого престола, Мальтийского ордена и города-государства Ватикан, а также, отчасти, Римско-католической церкви.

С точки зрения содержания – латинский язык широко представлен в научной терминологии как гуманитарных, так и естественных наук, и в первую очередь, конечно же медицинских наук, биологии и юриспруденции.

В классических европейских университетах преподавали на латыни, чему соответствовал и весь массив научного знания, который соответственно, был представлен на латинском языке. В классических университетах в современное время – преподают латынь, а также можно встретить отдельные программы на классических языках (в основном Major) **обязывающие своих студентов** предварительно получить определенный уровень знаний латинского и древнегреческого языка, а лишь затем поступить на программу. Например – магистерская программа по античной философии Оксфордского университета [1].

В настоящее время латинский язык включен и в программу подготовки бакалавров образовательной программы «Философия» КазНУ им. аль-Фараби. Курс называется «Латинский язык: основы философской терминологии» и преподается уже третий

год. Было бы слишком громко назвать это инновацией, поскольку опора на классические языки в изучение философии, теологии, метафизики и др. представляется нам фундаментальным критерием качества подготовки специалистов. Однако, перерыв в преподавании латыни для гуманитариев не только в нашем университете, но и на всем постсоветском пространстве составил более чем несколько десятилетий.

Опыт нескольких лет преподавания курса латинского языка показал, что помимо собственно лингвистических знаний изучение латыни охватывает исторический, культурологический, а также философский контекст языка, который и является собственно целевым.

Зачем необходим данный учебный курс? Целью курса является формирование у студентов, изучающих философию способности использовать в профессиональной деятельности основных элементов латинского языка и латинской философской терминологии. В реальности это в первую очередь открытие внутренней динамической природы философских изысканий. С помощью очень простых элементов, категорий, фразеологизмов студенты начинают осмысливать сложную категорию современной постмодернистской философии – понимание развития культуры как коннотации смыслов.

Изучая латинский язык легко убедиться в том, что одни понятия, категории в ходе исторического развития сохраняют смысловую устойчивость, другие – кардинально меняются.

Возьмем простейший философский пример. Базовая категория в философском определении окружающей нас реальности – бытие. Учение о бытии, об общих категориях и закономерностях бытия называется – онтологией. Как только мы подошли к этому понятию, то сразу попадаем в сферу сопряжения философской и лингвистической проблематики.

Онтология (если быть исторически точными от древнегреческого *ὄντος* – сущее, то, что существует + *λόγος* – учение, наука) – древнейший раздел философии. Однако само слово онтология мы находим только в 17 веке, сформированное соответственно на латинском языке – *ontologia*.

**Ontos** (лат. бытие), *ὄντος* (греч. бытие, сущее) – философская категория ... и т.д. Далее определения бытия в тезаурусе фило-

софии будут различными, но в целом суть ясна. Проблема бытия уходит в философские труды представителей ранней греческой философии. Часто в учебной литературе можно прочесть, что первым шагом в становлении онтологии является философия Парменида, в трудах которого мы видим данное понятие (*ὄντος*) в уже относительно сформированном виде. А вот термин «онтология» стал употребляться в философии Х. Вольфа – предшественника И. Канта. Понятие онтология как учение о бытии встречается с нач. 17 в. у *Гокленууса* (1613), *Глауберга* (1656) и, наконец, у *Христиана Вольфа*, для которого онтология есть не что иное, как метафизика бытия и вещей, являющаяся основой метафизики вообще [2].

Другой пример, видоизменение значения слова – понятие «культура». Воспользовавшись латинским словарем, переведем данное понятие как *cultura* – обрабатывать, возделывать. А углубившись в исследование словообразования сможем уточнить, что *culta, ōrum [colo]* переводится как возделанные поля, нивы. Элемент *-ura* указывает на действие, результат. В итоге в качестве примера получаем отглагольные существительные, супин – *cultura* – возделывание; *mensura* – измерение; *litteratura* словесность, письменность [3]. В современных языках культура – понятие, имеющее огромное количество значений в различных областях человеческой жизнедеятельности, под которым в основном понимают человеческую деятельность в ее многообразных проявлениях, включая все формы и способы человеческого самовыражения и самопознания. Понятие культура, таким образом, уводит нас далеко за пределы возделанных полей. Однако, внимательный взгляд, подкрепленный принципом историзма, показывает, что трансформации не случайны, сохранена внутренняя целостность понятия, его базовое значение.

Представим небольшой экскурс в историю латыни [4, 5]. В современное время часто востребован не только язык, но и так называемая «латиница» – латинский алфавит. Конкуренции латинскому языку не может составить практически ни одно алфавитное письмо. Латиница действительно распространена повсеместно. Здесь уместно упомянуть и переводе казахского языка на латиницу. «Переход на латиницу также имеет свою глубокую историческую логику. Это и особенности современной техноло-

гической среды, и особенности коммуникаций в современном мире, и особенности научно-образовательного процесса в XXI веке... В наших школах все дети изучают английский язык. Это – латиница. То есть для молодежи не будет проблем» [6].

Истоками латинского алфавита принято считать этрусский алфавит, греческий алфавит и финикийское консонантное письмо. Определенное графическое сходство латинские буквы имеют и с более древними алфавитами – финикийским и египетским.

Латиняне очень бережно обращались с заимствованными греческими словами. Фонетические системы этих двух языков весьма различны. Пришлось вводить добавочные буквы и буквосочетания для передачи греческих звуков, отсутствовавших в латинском языке. Эти буквы и буквосочетания давно уже не произносятся на древнегреческий манер, но в письме они остались и служат для нас индикаторами греческого происхождения соответствующих латинских слов, хотя многие из них обозначают в разных языках не только «бывшие» греческие звуки, но и звуки родного языка.

Первоначальный этап Античной философии с языковой точки зрения можно назвать греческим, или древнегреческим. В период становления классической латыни греческий язык сохраняет свое значение, как язык науки и философии. Политическая экспансия Рима сопровождалась стремительным проникновением в римскую жизнь элементов греческой образованности, давших толчок к расцвету литературы и языка римлян. Возникают первые римские школы по образцу греческих. Но постепенно ситуация изменяется. Так, например, древнейший перевод Библии на греческий язык – Септуагинта. Следующий перевод – латинский, который стал и самым распространенным – «Вульгата» (простой, общедоступный). Постепенно греческий, стал непонятен большей части населения тогда еще Римской Империи. Стихийно стали появляются переводы каждый из них мог различаться от оригинала. Со временем именно «Вульгата» ложится в основу канонического библейского текста Католической ветви христианства. Хотя здесь все очень сложно...

Классический период – с I в. до н.э. до сер. I в. по н.э. «Золотой век латинского языка» – латинский язык достигает наивысшего развития, получает свою грамматическую, синтаксическую

и стилистическую законченность. Это период Марка Туллия Цицерона, Гай Юлия Цезаря, Овидия и др. Средневековья латынь связана с развитием христианства. Эпоха раннего средневековья в истории латинского языка характеризуется как период *Latinitas vulgāris* («вульгарная латынь») или еще как *Latinitas culinaria* («кухонная латынь»). Произведения, написанные на латинском языке до конца V в., носят общее название римской литературы.

В эпоху средневековья на латинском языке ведется преподавание в школах и университетах Западной Европы, кроме того, на этой территории он функционирует как общий письменный язык.

В время как литературный латинский язык сохраняет высокую поэтичность, обогащается новыми словами, поддерживает высокий стиль цicerоновой стилистики (особенно в произведениях философов-схоластов), разговорная латынь все чаще попадает под влияние местных говоров. Так, уже к IX в. оформляются новые национальные языки на основе вульгарной латыни. Эти языки называются романскими, в соответствии с латинским звучанием названия города Рима (*Rōma*). К ним относятся французский, итальянский, испанский, португальский, румынский, молдавский и др.

В эпоху Возрождения (XIV-XVI вв.) латинский язык остается единственным языком научных сочинений. Знание латинского языка – первое условие для научной работы. Диссертации пишутся только на латыни. Дипломы выдаются тоже только на латинском языке. Эта традиция очень долго сохранялась в некоторых европейских университетах. И не только в Европе, например, М.В. Ломоносов (1711-1765), выпускник Московской славяно-греко-латинской академии и основатель Московского университета (1755), писал значительную часть своих трудов на латинском языке, переписку с иностранными учеными он вел только по-латыни. Несмотря на последующее вытеснение латинского языка национальными языками, и до настоящего времени, как уже отмечалось, он сохраняет свое значение в области научной терминологии.

Как и положено при изучении любого языка первое занятие начинается с *алфавита*. Здесь все просто – буквы и звуки нам знакомы, как в отдельности, так и в сочетаниях. Нужно лишь познать некоторые закономерности произнесения дифтонгов, а так-

же сочетаний согласных звуков; твердо запомнить, что ударение в латинских словах не ставится на последнем слоге и немного удивиться что буква W – отсутствует в классическом латинском алфавите, потому что это диграф “vv”, особенно распространенный в Северной Европе, и позднее превратившийся в букву “w”. Теперь можно попробовать прочесть латинские слова и предложения.

Начиная со второго занятия на каждом семинаре, помимо традиционных тем и упражнений по морфологии, синтаксису, составлению словаря и т.д. мы выполняем два обязательных задания: «Практикум лингвистической интуиции» и Составление словаря дериватов латинского языка в современными европейскими языками. Производное слово, дериват (лат. *derivatum* – производное) – главное, исходное понятие словообразования, обозначающее слово, образованное, произведенное от какого-либо другого слова или словосочетания.

Возьмем в качестве примера следующие латинские определения: *Lapsus calami*, *Lapsus linguae*, *Lapsus memori*. Опыт учебных занятий показывает, что читая данные и многие другие понятия, мы интуитивно понимаем их значение.

*Linguae* [лингва] – язык, вспомнить значение данного слова можно, например, воспользовавшись понятием «лингвистика». *Memori* [мемори] – ассоциируется, с русским словом «мемориал» и не открывая словарь узнаем, что это – память.

*Lapsus* [ляпсус] – такого слова нет в русском языке, но вспоминается, что есть употребляющийся в просторечии глагол *ляпнуть* – сказать что-либо необдуманно, бестактно, некстати, *ляпнуть глупость*. – Ты ведь иногда такое ляпнешь, что уши вянут. (А. Чехов «Розовый чулок») [7].

Значит, *Lapsus linguae* – оговорка, ошибка в речи, *Lapsus memori* – ошибка памяти, а *Lapsus calami* – описка, ошибка в письменной речи или правописании, буквально «ошибка пера».

Осталось разобрать слово *Calami* [ка́лями] – это перо, еще точнее то, чем пишут, буквально *Calamus* – камыш, тростник. И близкое слово мы находим в арабском языке. *Каля́м* (араб. قلم) – основной инструмент, используемый для каллиграфии в арабской письменности и основанных на ней прочих письменностях: персидской, урду, и других. Калям представляет собой трост-

никовый стержень с заостренным концом, который окунается в чернила. Отметим, что это слово значительно легче включить в наш, расширяющийся на каждом занятии лингвистический горизонт именно в среде тюркского языка, вспомнив казахское слово калам. Калам – ручка (для письма) и перо (устаревшее) [8]. *Далее все новые слова, словосочетания, афоризмы и фразеологизмы необходимо занести в учебный словарь и выучить.*

*Для рассмотрения значения латинского языка большую роль играют не только корни, но и аффиксы (приставки и суффиксы), что позволяет производить различные виды заимствования. В целом выделяют следующие основные виды заимствования [9]:*

- словообразовательное калькирование, т. е. поэлементный перевод слова с одного языка на другой (относительно близкий, по крайней мере, также имеющий корни и аффиксы). Если, к примеру, греческое слово про-грамма калькируется на латынь, получится пре-скрип-ция (ср. англ. prescription), а по-русски будет пред-пис-ание. До XVIII в. господствовало калькирование, в основном с греческого.

- транскрипцией обычно называют запись звучания слова с помощью специальных знаков искусственного фонетического алфавита, созданного учеными-языковедами. Транскрипция требует хороших знаний о фонетике языка-донора. В XVIII в., когда еще в ходу была латынь, обычно применялась транслитерация, и французский мыслитель Diderot звался Дидерот, а в XIX в. он «превратился» в Дидро, т. е. имя транскрибировалось.

- транслитерация же – процесс чисто формальный: буквы (литеры) одного алфавита заменяются буквами другого по определенным правилам.

Все три вида заимствования характерны в развивающемся языке, и могут быть выявлены при анализе развития латинского языка.

Изучая латинский язык, следует помнить, что он является ключом к ряду европейских языков и к европейской культуре в целом. Таким образом, латынь способствует обогащению кругозора, углубляет эрудицию – способствует становлению специалиста высокой культуры и квалификации. Латинская грамматика лаконична, ясна и доступна для быстрого усвоения. Латинская грамматическая терминология стала общераспространенной. В

настоящее время грамматические термины или латинские, или переведены с латыни на соответствующий язык. Латынь развивает лингвистическое мышление и способствует более точному выражению своих мыслей на родном языке, углубляет знание других языков и служит необходимой базой при изучении, например, древнегреческого языка.

### Литература

1. MSt in Ancient Philosophy (University of Oxford Faculty of Philosophy). // <https://www.philosophy.ox.ac.uk>
2. Ильичев Л.Ф., Федосеев П.Н. и др. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983 г. – 840 с.
3. Латинско-русский словообразовательный словарь / Автор сост. Г.В. Петрова. – М., 2008. – 704 с.
4. Афонасин Е.В. Латынь для философов. Учебник. – Новосибир. гос. ун-т. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 138 с.
5. Orberg Hans N. *Lingua Latina per se illustrata. Pars II. Roma aeterna – Domus latina*, 2013. – 435 p.
6. Назарбаев Н.А. Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания // [http://www.akorda.kz/ru/events/akorda\\_news/press\\_conferences/statuya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya](http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statuya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya)
7. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. (электронная версия)
8. Казахско-русский словарь. 18 000 слов / Сост. Махмудов Х., Мусабаев Г. – Алматы: Издательство «Онер», 1998.
9. Быков А. Анатомия терминов. 400 словообразовательных элементов из латыни и греческого. – М, Литагент, 2007. – 140 с.

### Лифанова Т.Ю.

#### Латинский язык: к основам философской терминологии

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы преподавания латинского языка. Курс предоставит знакомит студентов с основами латинского языка, который оказал влияние на становление и развитие нескольких европейских, таких как французский, итальянский, испанский, английский и другие. Латинский язык исторически стал основой научной терминологии самых различных отраслей знания, а потому необходим тем, кто изучает философию, юриспруденцию, медицину, биологию, филологию, историю, философию и другие дисциплины.

**Ключевые слова:** латинский язык, философия, история, преподавание.

**Lifanova T.Y.**

**Latin: to the basics of philosophical terminology**

**Abstract:** The article deals with the teaching of the Latin language. The course will introduce students to the basics of the Latin language, which has influenced the formation and development of several European, such as French, Italian, Spanish, English and others. Latin has historically become the basis of scientific terminology for the most diverse branches of knowledge, and therefore is necessary for those who study philosophy, law, medicine, biology, philology, history, philosophy, and other disciplines.

**Key words:** Latin language, philosophy, history, teaching.

**Лифанова Т.Ю.**

**Латын тілі: негізі философиялық терминология**

**Андатпа:** Мақалада латын тілін үйрету қарастырылған. Бул курс студенттерге француз, итальян, испан, ағылшын және басқа да бірнеше еуропалық тілдердің қалыптасуы мен дамуына ықпал еткен латын тілінің негізіментанысуға мүмкіндік береді. Латын тілі тарихи тұрғыда түрлі білімсалаларының ғылыми терминологиясының негізі болды, сол себептен, философия, заң, медицина, биология, филология, тарих және басқа пәндерді оқушыларға бірінші кезекте қажет.

**Түйін сөздер:** латын тілі, философия, тарих, оқыту.

Лубнина И.Л., Кориюкова Е.Л.

**Это наша с тобой биография.  
Опыт работы педагогов школы  
№16 города Кирова (Россия)**

Много в славном городе Кирове есть отличных гимназий, лицеев, школ. У каждого учебного заведения есть своя история. Свое особенное место занимает школа №16. История развития средней общеобразовательной школы №16 начинается в 1938 году. Именно в этом году было построено здание по улице Воровского 16А. В нем начала работу школа №22

С начала Великой Отечественной Войны в школе поместили госпиталь. С сентября 1943 года было введено раздельное обучение мальчиков и девочек. В здании разместили 2 школы на первом, втором этажах – женскую №4, на третьем, четвертом этажах – мужскую, а с сентября 1945 г. женская стала №24, а мужская №16. В августе 1954 обе школы, находящиеся в одном здании, объединились в базовую школу №16 при кировском педагогическом институте.

У нашей школы замечательная история: родившись в довоенное время, школа жила и развивалась вместе со страной, пережила суровые годы ВОВ, послевоенный период и всегда отличалась творческой обстановкой, доброжелательной атмосферой, прочными знаниями выпускников, высококвалифицированными кадрами и их готовностью делиться своими знаниями с учениками и опытом с педагогической общественностью.

За годы работы школы количество выпускников перевалило за 8000.

Школа 16 является хранительницей традиций, бесценного педагогического опыта, накопленного прекрасными учителями за всю ее 80-летнюю историю. И не удивительно, что часть педагогов нашей школы – это ее вчерашние выпускники, идущие по стопам своих наставников.

Педагогический коллектив школы – это сплав опыта, мудрости и креатива. Каждому учителю присущи высокий профессио-

нализм, доскональное знание своего предмета, постоянное совершенствование мастерства, способность к творчеству, а главное – любовь к детям и преданность избранной профессии. Ежегодно в коллектив вливаются новые учителя. Благодаря поддержке коллег, они не только успешно трудятся, но и обретают заслуженный авторитет и признание детей, родителей, педагогов.

Дружный и творческий коллектив под руководством администрации, не раз доказывал высокий уровень своего педагогического мастерства .

Из 42 педагогов 24 – учителя высшей категории. Труд 11 преподавателей отмечен различными знаками отличия и наградами Правительства и Министерства образования РФ, 29 – награждены Почетными грамотами на уровне города и области. Педагогический коллектив работает в атмосфере постоянного творческого поиска. За последние 5 лет 15 учителей стали лауреатами и призерами конкурсов профессионального мастерства от городского до Всероссийского уровня.

Когда успешны педагоги, успешны и дети. Школьники активно участвуют в городских, областных, российских, международных смотрах, конкурсах, соревнованиях, занимают призовые места. Сведения о жизни школы, успехах ее учеников и учителей постоянно выкладываются на сайт школы (<http://school16-kirov.ucoz.ru/?page2>)

За свой долгий путь в школе появились свои традиции. На школьной сцене взрослые и дети ставят совместные концерты. Традиционным стал ежегодный литературный спектакль школьного театра, объединяющей на сцене единый педагогический коллектив.

Креативный подход к любому делу – залог успеха нашей школы. Многие учителя не только ведут уроки, но и являются руководителями проектов: «Благоустройство территории школьного двора», «Школьный театр» В школе много лет функционирует научное общество «Мудрец», где учащиеся совершают свои первые исследования, учатся грамотно разрабатывать и защищать проекты.

#### Цели и задачи научного общества учащихся:

1. Расширение кругозора учащихся в области достижений отечественной и зарубежной науки.

2. Выявление наиболее одаренных учащихся в разных областях науки и развитие их творческих способностей.

3. Активное включение учащихся школы в процесс самообразования и саморазвития.

4. Совершенствование умений и навыков самостоятельной работы учащихся, повышение уровня знаний и эрудиции в интересующих областях науки.

5. Организация научно-исследовательской деятельности учащихся для усовершенствования процесса обучения и профориентации.

Об одном из традиционных дел школы хочется рассказать подробнее – это **Научно- практическая конференция «Патрушевские чтения-2019»**

В течение года ученики под руководством педагогов разрабатывали различные проекты: творческие, информационные и, конечно, основной вид – исследовательские проекты. Каждый год на весенних каникулах в школе проходит научно-практическая конференция школьников, где учащиеся представляют свои лучшие проектные работы. В работе участвуют учащиеся с 1 по 11 класс. Например, в 2018-2019 году приняли участие: 55 учащихся старших классов и 10 учащихся начальной школы

Каждый год в зависимости от вида представленных работ в школе формируются тематические секции.

Так, в 2018-2019 учебном году работало 6 секций:

#### Секция гуманитарных наук

Тема проектов – ПОБЕДИТЕЛЕЙ 2018-2019	КЛАСС	УЧИТЕЛЬ
Классический английский детектив	8а	Мельникова Э.А.
Книжка малышам	9б	Жданова Н.Е.

#### Секция естественных наук

Вклад в будущее	11б	Татарина Ю.С.
Влияние температурного фактора на сохранность витаминов в пищевых продуктах	11б	Энтальцева Г.П.
Труба Рубенса	9а	Полухин В.А.

**Секция «Человек и окружающий мир»**

Кокошник – забытая корона русских красавиц	5а	Лубнина И.Л.
Создание интерактивного учебника по органической химии	11а	Прозорова Т.Г. Кудрявцева Л.А.
Воздействие верховой езды на состояние здоровья человека	11а	Орлова Л.В.
Иммуномодулирующие свойства гриба Кордицепс	11а	Аккузина С.Г.

**Секция истории, краеведения и обществознания**

Связь поколений в моей семье	6в	Грязева З.П.
Тайны истории (сокровища Колчака)	10б	Онокова Т.А.

**Секция лингвистики**

История происхождения календаря	5б	Пестрикова Н.В.
Загадочные фразы английского языка	9б	Яленская Г.Г.
Ричард III – последний из рода Плантагенетов	9б	Русских Е.Н.

**Начальные классы**

Путешествие по сказочной карте России	4а	Полякова И.В.
---------------------------------------	----	---------------

Жюри в каждой секции представлено представителем администрации школы, учителем, представителем Совета старшеклассников и родителем, работающим в попечительском Совете школы. Зрители – ученики, родители и учителя школы и ветераны педагогического труда школы №16. Это своеобразное решение вопроса преемственности поколений в школе. Такой подход позволяет ученикам видеть работы учащихся, брать для себя какие-то идеи, приемы работы, развивает интерес и уверенность в том, что и они могут поднимать и успешно решать интересные им проблемы, а родителям не только видеть работу школы, уровень работ учащихся, но и сравнивать, искать новые идеи.

Надо отметить, что в результате данной работы виден очень хороший рост качества проектных работ, с которыми учащиеся выступают на конференции. Работы стали глубже, интереснее,

качественнее исследовательская и доказательная составляющая проектов. Лучшие работы учащихся опубликованы в сборнике

Шестой год данная конференция носит имя В.Н.Патрушева, удивительного человека, педагога – новатора, краеведа, который руководил школой целых 37 лет.

В следующем году мы планируем пригласить участвовать в нашей научно-практической конференции «Патрушевских чтениях» учащихся других школ города и области.

Одним из интересных направлений работы в 2018-2019 учебном году продолжает быть интеллектуальная игра **«Борьба умов»** среди учащихся 8 – 11 классов. Игра приобретает новые направления, новую тематику и форму. Например, игру стали проводить классные руководители как внутри класса, так и на параллель.

Также в этом году активировалась работа со студентами ВятГУ, которые провели ряд интересных мероприятий:

- Интеллектуальная игра (9-11 классы) «Что? Где? ЕГЭ!»
- Интеллектуальная игра (5 классы) «История Олимпийских игр»
- Виртуальные экскурсии (8 классы)
- Выставки работ учащихся (4-5 классы)
- Интерактивная выставка «Азбука современности» (1-11 классы)

Традиционно в МБОУ СОШ №16 был проведен конкурс **«Ученик года школы 16»**.

Одной из традиционной форм работы по мотивации познавательной деятельности школьников являются **декады наук (предметные недели)**, которые позволяют как учащимся, так и учителям дополнительно раскрыть свой творческий потенциал.

Все кафедры школы провели предметные недели. Разнообразные нетрадиционные формы проведения уроков и внеклассных мероприятий вызвали большой интерес учащихся.

**Цель:** повышение качества преподаваемых предметов и выявление уровня профессиональной компетенции и методической подготовки учителей, развитие творческого потенциала учителя.

№	Предметная кафедра	Сроки	Форма проведения	Классы	Исполнители
1	Гуманитарная кафедра	Последняя неделя декабря 5-12 декабря  Февраль  Май  Апрель	Литературный вечер «Серебряный век» Гражданско – правовая неделя Месячник гражданско-патриотического воспитания «Светлый день Победы» Картинная галерея	9-11  5 – 11  5-11  5- 11	Учителя русского языка и литературы  Учителя истории  Учителя истории Учителя истории
2	Кафедра естественных наук	Март	Интеллектуальная игра «Борьба умов»	5-8,10	Учителя-предметники
3	Кафедра начальных классов	Октябрь  Январь  Март  Апрель	Декада окружающего мира Декада математики Декада русского языка Декада литературного чтения	1-4	Учителя начальных классов
4	Кафедра предметов эстетического цикла	Ноябрь  Февраль	Неделя культуры  «Веселые старты»  Канат – шоу	1 – 11 1-2 6 – 8  9-11	Учителя – предметники

#### Общие выводы:

Произошли качественные изменения в содержании работы предметных кафедр, преобладают нетрадиционные формы работы, наблюдается конкретное и продуманное планирование работы кафедр.

Присутствует единый стиль работы руководителей кафедр. Высокая дисциплина отчетности.

Педагоги школы мотивированы на обобщение опыта работы на городском и областном уровнях.

Для нашей школы в течение года решалась одна из главных проблем – создание благоприятных условий для развития интел-

лекта, исследовательских и конструкторских навыков, творческих способностей и личностного роста одаренных и талантливых детей (независимо от дохода семьи).

В судьбе каждого человека есть своя школа, которая ведет не только в страну знаний, но и учит жизни, является истоком становления всесторонне развитого человека. Приятно отметить, что выпускники называют нашу школу вторым домом. Они говорят, что именно здесь им помогают преодолеть препятствия, которые возникают на их пути, что здесь замечательные учителя – добрые, понимающие, терпеливые...

Современная жизнь требует создания новой школы, нового ученика, нового учителя. Школа № 16 соответствует этим требованиям благодаря поиску новых форм и методов обучения, творческому подходу к работе и учительскому мастерству.

Школа гордится своими выпускниками. Ежегодно выпускники нашей школы успешно поступают в высшие учебные заведения не только нашего города, но и Москвы, Санкт-Петербурга и других городов. Но самое главное, мы с гордостью можем сказать, что наши выпускники – хорошие люди. Мы гордимся выпускниками, любим своих учащихся и ждем новых любознательных ребят в наши славные ряды!

**Аннотация:** в статье рассказывается об опыте работы педагогического коллектива школы № 16 города Кирова (Российская Федерация).

**Ключевые слова:** школа, педагоги, креатив, выпускники.

**Lubnina I.L., Koryukova E.L.**

**This is our biography with you. Experience of teachers of the school number 16 of the city of Kirov**

**Abstract:** the article describes the experience of the teaching staff of the school number 16 of the city of Kirov (Russian Federation).

**Key words:** school, teachers, creative, graduates.

**Лубнина И.Л., Корюкова Е.Л.**

**Бұл біздің өмірбаянымыз. Киров қаласының №16 орта мектебінің мұғалімдерінің тәжірибесі**

**Аңдатпа:** бап Киров қаласының (Ресей Федерациясы) №16 мектебінің оқытушы-профессорлар құрамының тәжірибесін сипаттайды.

**Түйін сөздер:** мектеп, мұғалімдер, шығармашылық, түлектер.

Политова И.Н.

### **Формирование интереса к изучению родного языка у студентов и школьников**

Общая культура человека любой профессии обязательно включает в себя культуру речи. Речевая культура – явление многоплановое. Это не только знание норм литературного языка и умение применять их в речи, это не только владение разнообразными средствами выразительности речи, но и, по глубокому нашему убеждению, внимательное и неравнодушное отношение к родному языку в целом: его истории, современному состоянию, интерес к различным фактам языка и речи и желание их исследовать и узнавать.

В связи с этим возникает образовательная задача – создать педагогические условия для формирования интереса молодого поколения к изучению родного языка.

Поделюсь опытом работы в этом направлении со студентами Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Московской области «Государственный социально-гуманитарный университет» (РФ, г. Коломна Московской области).

На филологическом факультете ГСГУ ведется подготовка педагогических кадров по направлению «Педагогическое образование» (профили «Русский язык», «Литература»). Основная профессиональная образовательная программа включает широкий спектр учебных лингвистических дисциплин, нацеленных на формирование, развитие и совершенствование коммуникативной компетенции обучающихся.

Напротив, в ходе освоения различных образовательных программ высшего образования нефилологических профилей студенты недостаточно времени уделяют изучению родному языку. В настоящее время образовательные программы содержательно построены таким образом, что таких лингвистических дисциплин, как «Русский язык», «Культура устной речи», «Культура письменной речи» и под., почти не встретишь в учебных планах.

Исключением, на наш взгляд, являются образовательные программы педагогического факультета, который занимается подготовкой по профилям «Начальное образование», «Дошкольное образование» и др. [3], и технологического факультета, где уже несколько лет читается курс «Культура публичного выступления».

Между тем, как показывает многолетняя практика преподавания в вузе на факультетах нефилологической направленности, языковое образование в области родного языка не должно ограничиваться программой средней школы и его необходимо продолжать и углублять на всех уровнях высшего образования.

С целью совершенствования языковой и речевой компетенции у студентов можно и нужно использовать ресурсы внеаудиторной работы с ними.

Филологический факультет ГСГУ занимается организацией внеучебной работы со студентами разных направлений подготовки и профилей. Мероприятия традиционно приурочены к знаменательным событиям в области русского языка и литературы. Отметим наиболее известные.

8 сентября – Международный день грамотности. Этот праздник объявлен ЮНЕСКО в 1966 г. Он призван активизировать силы общества, научной и педагогической общественности по распространению грамотности и привлечению внимания граждан к грамотной речи.

В этот день в коломенском университете традиционно проходит конкурс «Самый грамотный студент». Студентам разных факультетов предлагается написать диктант. По результатам проверки письменных работ выбираются и награждаются наиболее грамотные обучающиеся.

Как известно, ежегодно меняется тема Международного дня грамотности. Например, в 2006 г. была объявлена тема – «Грамотность обеспечивает устойчивое развитие», а в 2009 г. – «Грамотность расширяет личные возможности». Разнообразная тематика праздника позволяет проводить в этот день различные мероприятия. Это может быть круглый стол, конкурс эссе по теме Дня, специальный выпуск университетской или факультетской газеты, радиопередачи.

21 февраля – Международный день родного языка. Праздник провозглашен ЮНЕСКО 17 ноября 1999 г. и ежегодно отмеча-

ется с 2000 г. Этот праздник призван актуализировать проблему языкового разнообразия, межкультурного диалога и распространения родного языка в мировом сообществе.

В 2003 г. Коитиро Мацуура, генеральный директор ЮНЕСКО в 1999–2009 гг., по случаю Международного дня родного языка, высказал очень важные для понимания сути этого праздника слова: «Почему столько внимания уделяется родному языку? Потому что языки составляют неповторимое выражение человеческого творчества во всем его разнообразии. Как инструмент коммуникации, восприятия и размышления, язык также описывает то, как мы видим мир, и отражает связь между прошлым, настоящим и будущим» [6].

В нашем университете этот день отмечается по-разному. В этом году кафедрой русского языка был организован и проведен лингвистический квест (интерактивная игра с сюжетной линией, цель которой заключается в решении различных головоломок). Команды разных факультетов передвигались от станции к станции, на каждой из которых выполняли задания различной филологической направленности и степени сложности. Студентам нужно было продемонстрировать знания языковых норм, истории языка, умение выразительно прочитать стихотворение, проанализировать текст, оценить правильность суждения на грамматическую тему, определить художественное произведение и его автора по отрывку.

24 мая – День славянской письменности и культуры. Для православных христиан это прежде всего день памяти великих подвижников в деле просвещения славян – святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. Славянские народы с давних времен празднуют эту дату, однако в 20 веке праздник на многие десятилетия был предан забвению. В современной России возрождение праздника относится к 1986 г.

Ко Дню славянской письменности и культуры на филологическом факультете ГСГУ приурочены разнообразные мероприятия. Традиционно проводится студенческая научная конференция всероссийского или международного уровня. По ее итогам выпускается сборник научных докладов.

В этом году студентами филологического факультета была подготовлена интерактивная игра для обучающихся других фа-

культетов. В фойе университета звучали «забавные» лингвистические вопросы и задания. Каждый, кто правильно ответил на вопрос, получал в подарок яблоко. Отрадно отметить, что современная молодежь неплохо знает буквы старославянского алфавита.

Студенты филологического факультета читали стихи на белорусском, чеченском и казахском языках.

Продолжением праздника явился очередной лингвистический квест, в котором соревновались факультетские команды на знание истории и культуры славян и славянских языков.

6 июня – Международный день русского языка. Он празднуется в день рождения А. С. Пушкина, поэтому носит второе название – Пушкинский день. Праздник сравнительно молодой, так как учрежден в Российской Федерации в 2011 г., хотя его празднование началось еще в 1996 г.

На филологическом факультете ГСГУ этот день отмечается широко. Литературно-музыкальные композиции, поэтические площадки, костюмированные представления, мастер-классы ведущих ученых по чтению и анализу стихов А.С. Пушкина, викторины, интерактивные лингвистические игры, конкурс выпечки и угощений по старинным русским рецептам – все это призвано активизировать деятельность студентов, связанную с развитием и совершенствованием речевой культуры и укреплением национальных культурных традиций.

Например, в 2018 г. преподавателей, сотрудников и студентов с праздником поздравили Александр Пушкин и Наталья Гончарова. В фойе университета они встречали входящих и просили ответить на вопросы: знаете ли Вы, какой сегодня праздник? Какие стихи Пушкина Вы помните и знаете наизусть? Гуляя по коридорам вуза, Пушкин и Гончарова предлагали встречающимся прочесть любимое четверостишие. Не было ни одного человека, кто отказался бы прочитать знакомые всем строки наизусть: «У Лукоморья дуб зеленый...», «Я помню чудное мгновенье...», «Мой дядя самых честных правил...», «Я к Вам пишу, чего же боле...», «Мороз и солнце! День чудесный...», «Уж небо осенью дышало...» [7].

Кроме мероприятий, приуроченных к определенным датам, филологический факультет ГСГУ реализует и другие проекты.

Многие из них относятся к взаимодействию факультетских кафедр со школами [2].

В рамках профориентационной работы со школьниками действуют две школы – «Школа юного филолога» [4] и «Школа лингвокраеведения». Занятия в них проходят как на базе университета, так и на базе школ. Цель реализации этих проектов – сформировать интерес школьников к изучению художественных текстов русской словесности, родного языка, в том числе его диалектов.

Основными формами работы со школьниками преподавателями филологического факультета выбраны научно-популярная лекция по литературе и научная лингвистическая лаборатория. Остановлюсь на последней.

Научная лингвистическая лаборатория – это факультативное занятие по русскому языку в нетрадиционной форме. Его ведет преподаватель вуза. Учебное занятие нацелено на повышение эффективности обучения предмету, формирование и поддержание интереса к его изучению. Преподаватель создает проблемную ситуацию и подводит учеников к ее решению. Учащиеся, в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов, не получают знания в готовом виде, а сами добывают их в ходе всестороннего научного исследования проблемы. Как показывает опыт организации научных лингвистических лабораторий для школьников [1; 5], такая форма работы действительно активизирует деятельность учеников, укрепляет их желание заниматься родным языком.

И студенты, и школьники с удовольствием занимаются изучением топонимики родного края. Ежегодно на факультете проходит областная конференция «Краеведение Подмосковья (лингвистический и исторический аспекты)», в рамках которой защищаются индивидуальные и групповые топонимические проекты. По словам руководителя «Школы лингвокраеведения» доцента кафедры русского языка А. Ю. Козловой, «разнообразие проектов позволило ознакомиться не только с именами поселений, но и с названиями станций и районов, гор, водоёмов, лесов и рек. Были представлены исчезнувшие на картах названия, установлены условия формирования географических наименований» [7]. Сбор незафиксированных в словарях названий позволяет со-

хранить языковой пласт, отражающий диалектные, жаргонные и просторечные особенности русской речи. Исследования в области топонимики помогают учащимся раскрыть свой творческий потенциал и совершить пусть небольшие, но все же научные открытия. Несомненно, это стимулирует их деятельность по изучению родного языка.

Перечень названных в статье мероприятий не является исчерпывающим, однако в целом демонстрирует характер и уровень проводимой с обучающимися культурно-просветительской работы.

В заключение отметим, что проведение внеучебных и профориентационных мероприятий, способствующих повышению интереса молодежи к изучению родного языка и сохранению лучших традиций национальной культуры, является важным направлением воспитательной работы с обучающимися. Использование традиционных форм работы и привлечение новых технологий позволяет создать условия для успешного решения актуальной педагогической задачи.

#### **Литература:**

1. Политова, И. Н. Научная лингвистическая лаборатория «Многозначность и омонимия в грамматике» (X класс гуманитарного профиля) // Русский язык в школе. – 2013. – № 9. – С. 32–35.
2. Политова, И.Н. Взаимодействие школы и вуза по вопросам филологического образования школьников (из опыта работы) / И.Н. Политова // Методология и технологии довузовского образования: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (г. Гродно, 19–20 ноября 2015 г.) / ГрГУ им. Я. Купалы ; редкол.: Ю. Я. Романовский (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2016. – С. 98–101.
3. Политова, И. Н. Развитие речевой компетенции будущих учителей начальных классов // Актуальные проблемы начального и дошкольного образования в условиях модернизации / под ред. Т. Ю. Макашиной, О.Б. Широких. – Коломна: ГСГУ, 2017. – С. 140–142.
4. Политова, И. Н. Подготовка учителя русского языка и литературы в образовательной системе «школа – педвуз – школа» / И. Н. Политова // Современное образование: преемственность и непрерывность образовательной системы «школа – университет – предприятие» [Электронный ресурс] : XI международная научно-методическая конференция (Гомель, 23–24 ноября 2017 г.): [материалы]. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2017. – С. 508–511.
5. Политова, И. Н. Научная лингвистическая лаборатория по теме «Способы подчинительной связи слов словосочетания» // Филологическое

образование в современном обществе : сб. ст. II Всероссийской научной конференции, посвященной Дням славянской письменности и культуры (17 мая 2018 г.) / под ред. М. А. Дубовой, А. Ю. Козловой, И.Н. Политовой. – Коломна: ГСГУ, 2018. – С. 25–30.

6. <https://www.calend.ru/holidays/0/0/1860/> (дата обращения: 27.05.2019).
7. <https://www.mgosgi-fil.ru> (дата обращения: 27.05.2019).

**Аннотация.** В статье поднимается тема воспитания у обучающихся любви к родному языку и формирования интереса к его изучению. Автор рассматривает различные внеучебные мероприятия, которые способствуют развитию языковой и речевой компетенции студентов и школьников.

**Ключевые слова:** культура речи, языковое образование, родной язык, русский язык, внеучебное мероприятие.

**Abstract.** The article discusses the topic of encouraging students to love their native language and the formation of interest in learning it. The author examines various extracurricular activities that contribute to the development of students' language and speech competence.

**Key words:** speech culture, language education, native language, Russian, extracurricular activities.

Уразалиева Г.К.

### **Судьба казаха в «Буранном полустанке» Чингиза Айтматова**

Ч.Т. Айтматов в 1980 году в 11 номере журнала «Новый мир» опубликовал роман «И дольше века длится день», который позже будет назван «Буранный полустанок». Первый роман автора оказался пронзительной историей о казахах в 20 веке, где показана в СССР драма потери народом этнонациональной идентичности и поставлен советским людям диагноз, называемый манкуртизмом. Судьба казаха раскрыта на примере главного героя Едигея Жангельдина, Буранного Едигея. Он – казах, и все главные герои, жители железнодорожного полустанка – казахи, кроме упоминавшегося в их воспоминаниях геолога Елизарова, и, конечно, номерных космонавтов из СССР и США.

Казахский народ в истории СССР оказался в числе первых старательных учеников, который забывал материнский язык и порой добровольно был русифицирован. Какие-то черты казахского национального характера этому способствовали, а что-то было порождено под давлением советской системы, успешно внедрившей конструкты «советский народ» и «советский человек» в массовое сознание. К тому же к моменту выхода романа в казахской среде оказалось почти забытым знание своей родословной до седьмого колена – «жети-ата».

Талант Айтматова заключался в том, что на примере национальной культуры казахов он уловил противоречия во взаимосвязи глобальной (весь мир), региональной (СССР) и локальной (Казахстан) культур.

Как видно из жизнеописания героев романа, им приходилось испытывать все лишения вместе со страной, скитаясь в поисках лучшей доли, находя ее только в тяжелом изнуряющем труде на богом забытом полустанке. Но и там, в загнанном углу, настаивает драматичная судьба репрессированного участника Великой Отечественной войны Абуталипа Кутыбаева. На примере горожан, прибывающих в гости к родителям, Айтматов показывает, как ка-

захская культура оказалась на самом передовом рубеже превращения ее в советскую и социалистическую, где терялся в первую очередь ее национальный язык и дух, обычаи и традиции.

Для раскрытия социальных причин процесса отчуждения казахов от этнических корней предпринят социологический анализ романа. Известная работа двух авторов конструктивистского подхода в современной науке П. Бергера, Т. Лумана является лучшей для этой цели концептуальной моделью. Два этих социолога описывают общество двояко, как *объективную и субъективную реальность* [2. с. 80. с. 210]. **Мы тоже посмотрим, что уже сложилось объективно** в Казахстане ко времени публикации романа 80-ые годы 20 века, а что зависело от субъективного выбора народа.

*Объективная реальность* страны запечатлена в данных статистики. Казахстан занимает огромную территорию. Айтматов пишет о широко раскинувшемся степном пространстве: *«Поезда в этих краях шли с востока на запад и с запада на восток...А по сторонам от железной дороги в этих краях лежали великие пустынные пространства – Сары-Озеки, Серединные земли жёлтых степей. В этих краях любые расстояния измерялись применительно к железной дороге, как от Гринвичского меридиана»* [1]. Здесь в Кызыл – Ординской области Казахстана действовал космодром Байконур. С него 15 июля 1975 года стартовал советский экипаж космического корабля «Союз-19», который состыковался с американским экипажем корабля «Аполлон», ушедшего с космодрома на мысе Канаверал. Этот первый в мире реальный совместный космический эксперимент двух стран лег как прообраз в основу фантастического сюжета романа о космическом «Паритете» и встрече землян – космонавтов с инопланетянами. Вот еще и поэтому именно казах стал главным героем произведения, ибо сюжеты ни с русскими, ни с киргизами не могли быть сопряжены с космодромом, который перечеркивает их дороги к своему погосту, в широком смысле к своей исторической памяти. Здесь в тугой узел завязываются глобальное Большое время (М. Бахтин) человечества, покоряющего космос, и Малое (М. Бахтин), локальное время казахского поселочка на станции в 8 домов.

Важной чертой объективной реальности в КазССР явилось формирование ее многонационального состава, повлиявшего на

процесс русификации. Снижился процент коренного населения в национальном составе республики. Сыграли свою роль такие факторы как: 1) переселение раскулаченных крестьян из славянских республик в 20-е и 30-е годы (около 250000 человек); 2) голод в Казахстане в начале 30-х годов и высокая смертность коренного населения (более одного миллиона человек); 3) индустриализация КазССР, начавшаяся в 30-е годы и прибытие переселенцев из других союзных республик; 4) депортация народов с 1937 по 1949 годы (около 1 миллиона человек); 5) сталинские репрессии в период с конца 20-х по начало 50-х годов и переселение попавших под них граждан в Казахстан (более 5 миллионов человек); 6) освоение целины, начавшееся в 1954 году (640000 человек прибыло только на первом этапе 1954-1956 годов) [3]. Статистика неумолимо расставляет акценты, как в республике искусственно, путем массового переселения других народов сложилась напряженная обстановка, когда коренной этнос – казахский народ стал в своей республике меньшинством.

Общество как *субъективная реальность* в Казахстане проявлялось по-разному. Например, процесс выбора для казахских родителей русского языка в школе для обучения своих детей не всегда был добровольным, но и не был в прямом смысле насильственным. Это был выбор поневоле, ибо закрывались школы, в которых преподавание велось на казахском языке, его функциональная сфера непрерывно сужалась. Отчасти, русский язык стал в то время маркером престижа и важным социальным лифтом для продвижения на высокий социальный статус. Русификация привела к широкому распространению казахско-русского двуязычия. Русский язык становится важным условием профессиональной карьеры и нарастающей социальной мобильности. Если в 1930-е годы число владеющих русским языком среди казахов было незначительным, то уже к 1970 году русским языком свободно владели 42 % казахов. К 1989 русским языком владели 63 % казахов. 30 % городских казахов не знали родного языка и говорили только по-русски. Наличие в областных центрах КазССР средних школ-интернатов на казахском языке обучения для детей из аулов и дальних отгонных животноводческих комплексов приводило к тому, что там происходила потеря коренной связи с традициями предков. Сын героя Казангапа, друга Едигея, Сабит-

жан обрисован Айтматовым именно как такой образчик интернационального воспитания и обучения, где происходит разрыв с национальной культурой, и закладываются первые шаги к манкуртизации, потери интереса к памяти о своей национальной культуре. *«Учили, учили по интернатам, по институтам, а человек получился не ахти. Похвалиться любит, выпить, тосты говорить мастак, а дела нет. Пустышка, одним словом, оттого и жидковат против Казангапа, хотя и дипломом козыряет. Нет, не удался, не в отца пошёл сын»* [1].

Автор романа в одном из своих интервью говорил, что во всех эпохах был этот фактор, когда манкурты отрицательно влияли на развитие человечества. Но в условиях всеобщей универсализации, национальные культуры во многом утрачивают свои возможности, и это может привести к манкуртизму. И они могут оказаться под одним колпаком тоталитарной массовой культуры.

Несмотря на массовизацию культуры, в настоящее время на процесс конструирования этнических групп, общностей, этнических полей и этнической идентичности влияют разные социальные механизмы. В социологии раскрываются причины и механизмы формирования этнического самосознания и этнической культуры и ее воспроизводства в условиях полиэтничности, как в СССР и КазССР. Российский ученый В.И. Ильин описывает восемнадцать механизмов социального конструирования этнических общностей. Выделим те из них, которые присутствуют опосредованно в романе Айтматова, но мы можем назвать их работающими социальными конструктами казахской этнической общности. Это: самоидентификация; идея общности происхождения и судьбы; определение границ через историю конфликтов; язык как механизм социального сплочения и закрытия этнополя; религия как механизм конструирования этнического поля; народные обычаи и ритуалы, этническая элита [4, с. 161-175].

В романе мы находим примеры проявления этих социальных конструктов. Например, рассказано о нескольких традициях казахов. Во-первых, это подарок новорожденного верблюжонка Каранара от Белоголовой верблюдицы, хозяином которой был Казангап, молодой семье Едигея и Укубалы, как новым соседям, это давний казахский обычай добрососедства. Это совместная помощь, асар, в трудных жизненных ситуациях, друг другу. И не

только в трудовой деятельности, во время расчистки железнодорожных путей во время бурана, что не несет в себе этнической составляющей и обусловлено функционально. А вот совместные поочередные проводы в школу детей зимой, на верблюде или конях в дальнюю дорогу, Едигеем и Казангапом, обучение своих и детей Едигея в доме учителя Абуталипа, таким этническим маркером является. Также как и обучение оробевшего Длинного Эдильбая навыкам омовения умершего Казангапа. Едигей говорит ему, что надо этому учиться у него, пока он жив, ведь кто-то по-людски должен в будущем и его проводить в последний путь.

Вторым таким конструктом, впервые описанным в советское время, стала отсылка к родоплеменной составляющей казахского этноса. В романе впервые в советское время происходит публичное освещение родоплеменной идентификации советского казаха, который помнит, из какого он рода – жуза, как Едигей и другие герои. В то время сохранение и память о своей родоплеменной структуре считалось реакционным явлением. Была репрессирована почти вся история казахской национальной культуры: многие, эпосы, поэмы, легенды, игры запрещались как феодално-байские пережитки [5, Ж.М. Абдильдин «Декабрьское восстание 1986 года – следствие ошибок и противоречий в национальной политике Центра», с. 21-28]. А легенда о Найман-ана, рассказанная в романе, всколыхнуло гордость сердца читателей за силу материнской любви казашек. Эта легенда является конструктом, напоминающим об общем происхождении и судьбы казахов-кочевников, живших по границе с враждебными племенами. И она стала еще одним напоминанием, как переплелись в судьбах героев особенности течения исторического, большого, и индивидуального, малого, времени героев.

Процесс подготовки и сама процессия похорон Казангапа Айтматовым раскрыт как важнейший конструкт казахской общности в сохранении народных обычаев и ритуалов. Едигей говорит жене, узнав о смерти друга, что надо зайти к дежурному Шаймердену, и заменить его: *«Покойник лежит в пустом доме, и рядом никого, как можно»* [1]. В диалоге с Шаймерденом Едигей говорит, что атеистическая советская власть, которой 60 лет, тут и ни причем, ибо испокон веков по умершим молятся люди: *«Буду молиться. Покойника буду обряжать. Молитвы*

*буду приносить. Я знаю молитвы.... Человек ведь умер, а не скотина».*

Религия в 80-ые годы не была столь широко распространена как сейчас, но даже среди господствующего атеизма, старшие по возрасту, казахи знали какими молитвами провожать умерших, как давать бата, то есть благословлять перед дальней дорогой, что было сделано Едигеем перед похоронами Казангапа.

Дальняя дорога к родовому кладбищу Ана-Бейит отображена как драматический поворот от реальной к фантастической сюжетной линии. У Айтматова мы видим глазами социальных исследователей еще один конструкт, а именно, конфликт между советским государственным и этнонациональным казахским интересами. Космодром навсегда отрезает боранлинцев от возможности хоронить своих земляков на родовом погосте. И Едигей по своей воле находит другое место для упокоения друга, закладывая новые традиции для местных казахов, которым приходится мириться с потерей родовых кладбищ. Это пример такого механизма конструирования казахской этничности, которая протекала как конфликт между государством и этнической общностью казахов по поводу границ отчуждаемых земель. Это противоречие между экономической целесообразностью и историко-культурным наследием в виде родовых мест погребения и родовых кладбищ, раскрывающим, что в советское время эти вопросы просто не стояли на повестке дня. Государственный интерес в развитии космической, а затем и ядерной, отраслей в промышленности СССР был превыше всего. Про сохранение этнонациональных культурных традиций казахов речь даже не велась.

Айтматовым показаны нравственные проблемы выбора Едигея между чувством новой любви и ответственностью перед своей семьей. Любовь победила бы, если не мудрость казахских женщин: жены Укубалы и Зарипы, жены Абуталипа, в которую влюбился Едигей. Зарипа, уехавшая в одночасье от Едигея, несмотря на то, что он мог бы быть хорошим отцом ее детям и опорой ей в трудной жизненной ситуации, разрубила этот мучительный узел. Роль казахской женщины сегодня в Казахстане сильно преуменьшена, где стали новой традицией разговоры о «токал» – второй жене, или любовнице.

Проблемы казахов в романе Айтматова показаны как внутренние, они связаны с личностным ростом героев, закаленных в тяжелом труде, войной. *«Степь огромна, а человек невелик. Степь безучастна, ей всё равно, худо ли, хорошо ли тебе, принимай её такую, какая она есть, а человеку не всё равно, что и как на свете, и терзается он, томится, кажется, что где-то в другом месте, среди других людей ему бы повезло, а тут он по ошибке судьбы. ... Так и человек на сарозекских разъездах: не пристанет к делу, не укоренится в степи, не приживётся – трудно устоять будет. Иные, глядя из вагонов мимоходом, за голову хватаются – господи, как тут люди могут жить?! Кругом только степь да верблюды! А вот так и живут, у кого, на сколько терпения хватает. Три года, от силы четыре продержится – и делу там: рассчитывается и уезжает куда подальше»* [1]. Казахам из своей степи уезжать некуда. Они должны укорениться на своей земле, таков наказ Айтматова.

Ни один русский человек не присутствует в качестве отрицательных персонажей. Геолог Елизаров лишь помогает сохранить историческую память, сохраняя мифы и легенды местного населения, заботится о сохранении генофонда чистокровных животных. Кстати, именно он показал ученым зооветеринарам, что верблюд Каранар оказывается бактерианом, носителем исторических генов. Так протягивается ниточка от мифических предков до реальных носителей генов. На примере степняков и параллельно их домашних животных раскрывается полотно единой ткани, сотканной всеми живыми существами, кто жил в этих степях.

Айтматов поставил не только вопросы, имеющие общечеловеческий смысл, как встреча с инопланетянами. Но показал, как меняется судьба народа, вовлеченного в орбиту геополитических процессов. На такой территории быстрее идут процессы разрыва с этнонациональными традициями, потери элементов исторической памяти и родного языка. В 1980 году казахская интеллигенция столкнулась с нелицеприятным для себя диагнозом, что они заслуживают оценки как современные манкурты.

В декабре 1986 года, при смене власти в ЦК КП Казахстана, когда на смену Д.А. Кунаеву был назначен из центра, из Москвы, ЦК КПСС, его Политбюро некий неизвестный в Казахстане Г.В. Колбин, то незамедлительная реакция последовала со сторо-

ны студенческой молодежи. Старшее поколение, испытывавшее на себе и своих родителях всю силу репрессивного государственного аппарата, в виде арестов по любому подозрению в нелояльности к власти, осторожно смолчало. В памяти были реальные истории, а так же и вымышленные, как с героем айтматовского романа А. Кутыбаевым. Лишь непоротое поколение молодых казахов в 1986 году вышло на площадь в Алма-Ате, и положило начало искоренению манкуртизма у казахов.

Первый роман Айтматова стал нарративным толчком в пробуждении казахского этнонационального самосознания. Судьба казаха в 21 веке ждет нового талантливый автора. Хорошо бы художественно описать то, как за годы независимости после распада СССР, казахи преодолевают отчуждение от своей истории и этнической культуры, внедрив новую практику перехода казахского языка на латиницу, по-новому осмысливают голод в степи в 30-ые годы, возвращая в культуру имена своих репрессированных деятелей. Как казахи перестали быть атеистами, внедряя ислам в повседневную жизнь, и теряют при этом достигнутое гендерное равенство, предпочитая, в отличие от поколения матерей и бабушек, покрывать платком голову современной казашки. Как произошло разделение социального пространства на новых богатых и бедных, как преодолевается 30-летие авторитарной власти, и многое другое. На этом пути теряется порой то, что было завоевано в советский период. Но это история для другого романа.

#### Литература:

1. Айтматов Ч. И дольше века длится день М.: Молодая гвардия. . 1983 г. URL: <https://libking.ru/535826-120-chingiz-aytmатов-i-dolshe-veka-dlitsya-den.html> – book
2. Бергер П., Луман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.:Academia-Центр. «МЕДИУМ»,1995. 323 с.
3. Википедия. Казахстан: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Население\\_Казахстана](https://ru.wikipedia.org/wiki/Население_Казахстана)
4. Ильин В.И. Социальное неравенство/ЦСО ИС РАН. М. :Изд-во Институт социологии РАН. 2000. 280 с.
5. Желтоксан-86. 1986-2016 жыл. Материалы Международной научно-практической конференции «Историческое и международное значение Декабрьского (1986) восстания в Казахстане. Астана. 2016.-516 с.

**Аннотация:** В статье показано, как писатель в образной форме раскрыл единство объективной и субъективной реальности казахов, проживающих в СССР на своих исконных землях. Поставлен вопрос о том, почему конструкт «манкуртизм» наиболее ярко мог быть представлен в судьбе казахов. Проведен социологический анализа романа с использованием конструктивистской парадигмы, изложенной в работах П. Бергмана и Т. Лумана, В.Ильина. На примере судьбы героев Айтматова показано, какие конструкты в советское время присутствовали, а какие не могли быть реализованы в становлении этнической идентичности казахов.

**Ключевые слова:** казахи, социальные механизмы конструирования идентичности, манкуртизм, Чингиз Айтматов.

## Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Абдиманова А.К.

### Культурная память в казахстанском медиадискурсе

Взаимосвязь между культурой и памятью стала важным и центральным вопросом междисциплинарных исследований, охватывающих такие области, как история, литературоведение, кино и медиа-исследования, цифровые гуманитарные науки, исследования памяти, археология, социология, культурология, философия, а также психология и психиатрия. Важность понятия культурной памяти подтверждается не только недавним ростом публикаций, начиная с конца 1980-х годов, но и более недавней тенденцией к интеграции различных методов исследования в этой новой области, что свидетельствует о необходимости сосредоточить внимание на этой дискуссии и изучить теоретические и методологические проблемы этой области.

Что из себя представляет культурная память? Феномен культурная память не имеет точного определения. Начиная с работ Хальбвакса на Западе с 1980-го года обретать популярность термин «memorystudies». Культурная память – понятие, введенное в археологические дисциплины Яном Ассманом. Ян Ассман определяет культурную память как “внешнее измерение человеческой памяти”, охватывающее два различных понятия: “культура памяти” и “обращение к прошлому” [1, С. 368]. Культура памяти – это способ, которым общество обеспечивает культурную преемственность, сохраняя, с помощью культурной мнемоники, свои коллективные знания от одного поколения к другому, давая возможность последующим поколениям реконструировать свою культурную идентичность. Ссылки на прошлое, с другой стороны, убеждают членов общества в их коллективной идентичности и дают им осознание их единства и сингулярности во времени и пространстве – т. е. исторического сознания–создавая общее прошлое [1, С. 401]. Эти два понятия могут не совпадать.

Термин “культурная память” используется исключительно для обозначения коллективных пониманий или построений, далекого

прошлого, поскольку они проводятся людьми в данном социальном и историческом контексте. Культурная память – это прошлое, созданное в обществе в определенных местах и случаях, будь то в Древней Месопотамии или во время праздников “1000 лет Мекленбурга” [2, С.115]. Таким образом, понятие культурной памяти соответствует исследованиям других форм памяти в обществе, которые показали, что даже личные воспоминания индивидов о (относительно недавнем) прошлом их собственной жизни не поддерживают мнение о том, что память является простым местом хранения информации, которая может быть извлечена позже, но предполагают, что в памяти прошлое активно конструируется в зависимости от определенных социальных и психических условий. Это невозможно выразить лучше, чем Джон Элснер: «Не то, чтобы [конкретный отчет о прошлом] был правильным по нашим стандартам или чьим-либо еще, но чтобы он был убедительным для конкретной группы лиц... для кого это служит объяснением окружающего мира. Значение любой конкретной версии истории состоит в том, что она имеет значение для коллективных субъективностей и самоидентификаций конкретной группы, к которой она обращается. Иными словами, нас интересуют не “реальные факты” и даже не последовательная методология, а консенсус предположений и предрассудков, разделяемых историком ... и его аудитория» [4, С. 214].

Аллейда Ассман определяет память как пристальный взгляд, который показывает, что память динамична и соединяет три временных измерения: вызванная в настоящем, она относится к прошлому, но всегда смотрит в будущее [3, С.232]. Культурная память формируется символическим наследием, воплощенным в текстах, обрядах, памятниках, торжествах, предметах, священных писаниях и других средствах массовой информации, которые служат мнемоническими триггерами для инициирования значений, связанных с тем, что произошло. Также она возвращает время мифических истоков, кристаллизует коллективный опыт прошлого и может длиться тысячелетия.

Коммуникативная память, с другой стороны, ограничена недавним прошлым, вызывает личные и автобиографические воспоминания и характеризуется кратковременностью (от 80 до 110 лет), от трех до четырех поколений. В силу своего неофициально-

го характера она не требует специальных знаний со стороны тех, кто ее передает.

В своей работе Ян Ассман указал на связь между культурной памятью и идентичностью. По его словам, культурная память — это способность, которая позволяет нам строить повествование картины прошлого и благодаря этому процесс разработки образа и стиля для себя. Таким образом, культурная память сохраняет символическое институционализированное наследие, к которому люди прибегают, чтобы построить свою собственную идентичность и заявить о себе как о части группы. Это возможно потому, что акт запоминания включает в себя нормативные аспекты, так что если вы хотите принадлежать к сообществу, вы должны соблюдать правила. Он также подчеркнул, что, работая как коллективная объединяющая сила, культурная память рассматривается тоталитарными режимами как опасность. В качестве примера он привел случай Боснийской войны, когда сербская артиллерия уничтожила библиотеку Сараево в попытке подорвать память боснийцев и меньшинств в регионе. Цель, по его словам, состояла в том, чтобы сделать культуру чистым листом, чтобы можно было начать новую сербскую идентичность с нуля: «это была стратегия тоталитарного режима, чтобы уничтожить прошлое, потому что если кто-то контролирует настоящее, прошлое также становится под контролем, и если кто-то контролирует прошлое, будущее также становится под контролем». В то время как Алейда обращает внимание на характерный феномен последних десятилетий: недоверие к идее будущего и возникновение прошлого как фундаментальной проблемы. По мнению исследователя, с 1980-х годов уверенность в завтрашнем дне как обещание лучших дней утратила силу и породила беспокойство перед прошлым: «идея прогресса все больше устаревает, а прошлое вторгается в наше сознание» [3, С.268]. Это явление, по ее словам, является следствием периода чрезмерного насилия XX века и новых проблем, с которыми сталкивается современное общество, таких как экологический кризис. Но она также считает, что это не просто ностальгия или неприятие нового времени, поскольку культурная память всегда направлена в будущее. Таким образом, память предстает как устройство, защищающее прошлое от разъедающего действия времени и дающее людям возможность по-

нять мир и знать, чего ожидать, ‘чтобы им не пришлось изобретать велосипед и начинать каждое поколение с нуля’.

Также Алейда Ассман поднимает вопросы о рисках и пользе культурной памяти, полученной в результате травмирующих событий: «эта память воспитывает агрессивный потенциал или она приводит к большему уважению и диалогу между соседями?»; «Строит ли оно общество, более мстительное и более осведомленное о своем прошлом? Позволяет ли она отдельным гражданам более чутко или нечувствительно относиться к нарушениям прав человека или к положению меньшинств?». Исследователь пришел к выводу, что культурную память следует понимать не как нездоровую фиксацию на прошлом, а как резервную, что является своего рода фоном, необходимым обществом для построения своего будущего. Но по ее словам, эта память должна быть проверена критически, как и любая другая. Поэтому мы должны позаботиться о том, чтобы негативное прошлое, однажды преобразованное в память, не разбудило реваншизм: «память может быть опасной и разрушительной, если она выкапывает гнев, готовый пересмотреть историю» [3, С. 301].

В данной работе мы рассмотрели проявление феномена культурной памяти в казахстанском медиадискурсе, а именно в интернет-изданиях. Примером послужил казахстанский культурологический журнал «Тамыр». Провели контент-анализ. Контент-анализ (от *contents* – *содержание, содержимое*) или анализ содержания – стандартная методика исследования в области общественных наук, предметом анализа которой является содержания текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции. В отечественной исследовательской традиции контент-анализ определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей. Контент-анализ применяется при изучении источников, инвариантных по структуре или существу содержания, но внешне бытующих, как несистематизированный, беспорядочно организованный текстовый материал. Философский смысл контент-анализа как исследовательского метода состоит в восхождении от многообразия текстового материала к абстрактной модели содержания текста (понятийно-категориальный аппарат, двусмыслия, коллизии, па-

радоксы). В указанном смысле, контент-анализ является одной из номотетических исследовательских процедур, используемых в сфере применения идиографических методов.

**Объектом** анализа стал номер 46 журнала «Тамыр» за 2017 гг. «Тамыр» – культурологический журнал.

Контент-анализ был проведен с использованием категорий.

**Категориями** были определены слова «культура», «память», «язык», «национальный», «этнический», «традиция», «тенгри», «тюрки», «универсальный».

В результате исследования нами просмотрено 18 статей, из которых 12 на русском, 5 на казахском и 1 на английском языке.

Всего в журнале 10 рубрик:

- |                  |                          |
|------------------|--------------------------|
| 1. Пульс перемен | 2. Корни и крона         |
| 3. Философия     | 4. Диалог                |
| 5. Кодароведение | 6. Современное искусство |
| 7. Поэзия        | 8. Проза                 |
| 9. English place | 10. Казирги Казак        |

#### **Количественный анализ**

Культура  $3+1+1+1+1+2+7+3_{eng}+7+3=29$

Язык  $58+17+1+8+29+5+1_{eng}+10=131$

Память  $3+2+6+1+1+1_{eng}+9=23$

Национальный  $1+1+3+1+2=8$

Этнический  $1+2+5+1=9$

Универсальный  $1+3+1+1=6$

Традиция  $3+3+1+1+4+1+2+3+1=19$

Тенгри  $1+1+2+1+3+1=9$

Тюрки  $1+1+4+1+5+4=16$

В статье «Джавдет Ш. Сулейманов. Об алфавитах для тюркских языков» было использовано слово «тюрки» и его производные более 7 раз. В этой же статье были упомянуты слова «язык», «культура», «традиция» и «этнический» не менее 3 раз. Слово «язык» употреблялось в двух разных значениях, таких как орган (часть тела) и речь (главной причиной послужили два явления в татарском языке, практически общих для тюркских языков, это сингармонизм гласных и агглютинативность морфологии...) [5]. Статья Алексея Грякалова «Философия события и герменевтика памяти: свидетельства утверждения», в которой рассматривает на примере войны культурную память. Сегодня историческая па-

мять все более обращена к темам человеческого фактора на войне, личности воина, утраты и обретения утраченного в символах наследования. П. Хаттон, говоря о социальной памяти, обращает внимание на ключевые моменты понимания, где речь идет об экзистенциальном опыте жизни. Именно в связи с этим имеет смысл обратить внимание на феномен войны в контексте герменевтики истории и философии события. Нужно понять войну как феномен, который всегда будет характеризован непредставимостью – такой опыт никогда нельзя выговорить до конца. Опыт войны, блокады или концлагеря невозможно представить во «внешних» словах: свидетельство невозможно или предельно ограничено. Пути и формы возникновения и протекания войн трудно предсказуемы, хотя политические технологии выстраивают весьма эффективные схемы конструкции войны. Поэтому актуальное внимание к человеческим и сакрализованным образам выступает как стремление понять трудноуловимое, до конца не укладывающееся в человеческое разумение действие войны. Оно способно быть частично оправдываемым только в том случае, когда историческим взглядом смотрят как бы сквозь войну, допуская производство идей освобождения, установления справедливости или религиозной свободы. И здесь, надо это обязательно иметь в виду, сопротивление первичному насилию может трансформироваться в жесткое вторичное насилие, действующее инерционно [5].

Таким образом, можно сделать выводы:

1. Культурная память сохраняет символическое институционализированное наследие, к которому люди прибегают, чтобы построить свою собственную идентичность и заявить о себе как о части группы.

2. Культурная память формируется символическим наследием, воплощенным в текстах, обрядах, памятниках, торжествах, предметах, священных писаниях и других средствах массовой информации, которые служат мнемоническими триггерами для инициирования значений, связанных с тем, что произошло.

3. На сегодняшний день проявление культурной памяти в казахстанских СМИ является неотъемлемой частью.

**Литература**

1. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / пер. с нем. М.М. Сокольской. М., 2004.
2. Йонкер Г. Топография памяти. Мертвые, традиции и коллективная память в Месопотамии, 1995.
3. Ассман А. Cultural Memory and Western Civilization: Functions, Media, Archives, Publisher: Cambridge University Press, 2011.
4. **Елснер Д.** Cultures of Collecting, Publisher: Reaction books, 2004.
5. <http://tamyr.org/?p=3244>

**Абдиманова А.К.****Культурная память в казахстанском медиадискурсе**

**Аннотация:** в статье рассматривается вопрос появления и проявления феномена «культурная память» в публикациях интернет-изданиях Казахстана. Также поднимаются вопросы о рисках и пользе культурной памяти, полученной в результате травмирующих событий. Культурная память является способностью, которая позволяет нам строить повествование картины прошлого и благодаря этому процесс разработки образа и стиля для себя.

**Ключевые слова:** культурная память, медиадискурс, идентичность, наследие.

**Abdymanova A. K.****Cultural memory in the Kazakh media discourse**

**Abstract:** the article deals with the emergence and manifestation of the phenomenon of “cultural memory” in the publications of Internet publications in Kazakhstan. Questions are also raised about the risks and benefits of cultural memory resulting from traumatic events. Cultural memory is an ability that allows us to build a narrative picture of the past and thus the process of developing an image and style for ourselves.

**Key words:** cultural memory, media discourse, identity, heritage.

**Абдиманова А. К.****Қазақстандық медиадискурстағы мәдени жады**

**Аннотация:** Мақалада интернет-басылымдардағы мәдени жадыға қатысты материалдар талданады. Оқиғаларға шолу жасалып, жазу стилі, баяндау әдіс-тәсілдері, мазмұны сөз болады. Авторлар туралы мәлімет келтіріледі.

**Түйін сөздер:** мәдени жады, медиадискурс, бірегейлік, мұра.

Абраш А.

### Внутренний конфликт режиссера документального кино

Теоретики и практики документального кино, начиная с «Кино-правды» Дзиги Вертова, на протяжении десятилетий ведут дискуссию, исходящую прежде всего из внутреннего конфликта режиссера, о степени этической допустимости в фиксации реальности, о степени авторского отношения к этой самой реальности, о целях и средствах документального кино.

В этом отношении показателен манифест «Реальное кино», написанный в 2005 году российским документалистом Виталием Манским. Вот основные положения манифеста.

*Документальное кино перестает быть документальным после того как становится искусством. Документальное кино создает художественный образ. Сценарий в документалистике не нужен. Автор документального кино не имеет никаких ограничений, кроме юридических. Этические вопросы разрешаются во время монтажа, но не во время съемок. Возможно использовать все технологические приемы и методы – от наблюдения привычной камерой до скрытой камеры.*

Манский заявляет, что ради фиксации реальности можно пренебречь звуком, светом, ракурсом, композицией, кино пленкой, потому что первична только реальность. Автор документального кино по манифесту «может провоцировать героев на любые действия». [1]

Приведем текст 2001 года «Догмы для документального кино» датского кинорежиссёра и сценариста Ларса фон Триера, в котором авторы обосновали первоначальную миссию документального кино: «как можно более объективно и правдиво описывать реальную жизнь».

Основные пункты Догмы Триера.

*«Каждый план должен отделяться от других шестью-двенадцатью черными кадрами. (Исключение составляют планы, чередующиеся в реальном времени, то есть полученные с ис-*

*пользованием нескольких камер одновременно. Не должно проводиться никаких манипуляций со звуком или с изображением. ...Изменение концепции или режиссерская работа с действующими лицами недопустимы. Запрещается добавлять какие-либо элементы, например, при помощи сценографии.*

*Запрещается использование скрытых камер». [2]*

Оба этих манифеста вызвали бурную дискуссию в культурной среде, что по сути и является основной задачей любых Манифестов, заявляющих о новом взгляде на искусство.

Одна из целей Манифеста Триера – это принципиальное противостояние засилью телевизионных фильмов, претендующих называться документальными. Манифест Манского «Реальное кино» можно назвать прагматическим подспорьем собственному творчеству режиссера.

Казахстанский режиссер-документалист А. Байгожина в статье «Реалии реального кино» подтверждает, что в казахстанская документалистика – в тотальном кризисе. И первая причина – замена документалистики докудрамой, киноиллюстрацией текста [3]. Как заявил уже в своем Манифесте 2009 года ученик Манского Александр Расторгуев (1971-2018): «Муляжи полуправды».

В Манифесте Расторгуев в стиле репа записал историю документального кино: «Было так: кино идеологом. Потом – поэтическая исповедь мощного автора. Счастье Дворцевого в среду Косаковского... Суд и сердце Франка. Чертежи будущих киношкол Лозницы. Манский и вишневый сад. Наконец, истерика узнавания, время «великих открытий», осевое, одновременное говорение про я живу, под собою не чужа страны, праздник обретения Родины. Они смогли стать нами. Нам удалось стать никем. Миллион киноминут, мегапикселей, нанокадров, полуполей. Цифровая стратегия с названием «реальное кино»: сотри защитный слой – пополни баланс. Займи сто рублей у соседа, заучи, как зовут. Выиграй призовой GPS-ник, участвуй в приватизации поляны: здесь новая драма, там молодой артхаус. Пустырь за блокбастерными биотуалетами и сочинительные союзы в каталоге фильмов: про то, про сё, про всё-всё-всё... Полная карта пиратских кладов в «Кинотеатре.doc». Реальная действительность, действующая свалка. Откапываем пространство из-под пепла эпохи, жанры – из-под

перхоти штампов, героев – из немоты и многословия. Бежим снимать кино. Прибытие поезда». [4]

С чего начиналось кино, к тому и приходит – Прибытие поезда. Расторгуев дает ответ, что делать в эпоху «вырождения духовного цемента» – «нужно повернуть камеру к себе. Отдать ее в руки самому герою.

Опыт смотрения безошибочно определяет: прямота саморасказывания – единственный путь к зрителю».

Что за этим заявлением – эстетическая позиция или нравственная – решать режиссеру.

В современной ситуации проблемы документального кино сводятся к одной большой проблеме – Этической.

Одной из причин, по которым в 2008 году ушел из документального кино Сергей Дворцевой, сам режиссер называет абсурдность документального кино, когда режиссеру приходится вступать в острый конфликт с этическими нормами, даже преодолевать этические барьеры, чтобы погрузиться в частную жизнь людей и представить эту жизнь «как сторонний наблюдатель – без клюквы и без постоянно подливаемого сиропа в виде сочувственного авторского текста, сентиментальной музыки и ласкающего света».

В этих словах отражаются принципы документалистики от Триера: «Не должно проводиться никаких манипуляций со звуком или с изображением. Использование фильтров, художественного освещения и/или оптических эффектов недопустимо.

Звук не должен записываться отдельно от изображения. Дополнительные саундтреки, такие как музыка или диалоги, нельзя микшировать позднее». [2]

Сергей Дворцевой, казахстанский режиссер, ушел из документального кино, после четвертой документальной ленты. Основная причина – невозможность переступить этические барьеры, которые непременно возникают в процессе съемок документального кино.

При этом сам режиссер считает, что он не ушел из документального кино, он снимает игровое кино, так как границы между документальным и игровым кино очень условные, в них действуют одинаковые законы композиции, драматургии, изображения. Разница лишь в том, что «с актерами ты делаешь искусство

из придуманной жизни, а с героями – из реальной. Из чужой личной жизни». [4]

Будем считать исходной точкой, что Дворцевой не ушел из документального кино, если игровое и неигровое кино ничем не разделены, одним лишь – реальной жизнью и придуманной.

Если документальное и художественное кино – это киноискусство, в основе которого лежат такие понятия как драматургия, композиция, изображение, если изобразительные средства в корне не меняются, то режиссер как был в кино, там и остался. Только изменил реальную жизнь реальных героев на придуманную, в которой проживают актеры.

Внутренний творческий кризис привел режиссера в игровое кино. Невозможность для Дворцевого переступить через чужую боль и делать документальное кино, стала точкой отсчета, когда режиссер пришел к художественному игровому кино.

Еще в 2008 году, после премьеры художественного фильма «Тюльпан» Дворцевой признался, что у него есть творческая задумка снять следующий игровой фильм, такая типичная московская история, главная героиня – это девушка.

Фильм «Айка» Сергея Дворцевого снимался на протяжении шести лет. И в этом уже сходство с предыдущим фильмом режиссера – «Тюльпан», который снимался четыре года.

Многие критики называют оба фильма дилогией, я же предлагаю три фильма – «Счастье», «Тюльпан», «Айка» называть трилогией.

Любой фильм является отражением общества. Современный кинематограф должен догонять общество, но иногда кино как авангард тоже ведет общество. Фильмы – это истории, фильмы – это люди, которые высказывают идеи о том, что они хотят сказать, что-то, что они хотят кому-то рассказать. Фильмы – это форма общения, и эта коммуникация, эти истории происходят из общества. [5]

Когда Айка (которую играет Самал Еслямова) отчаянно пытается найти работу обществе, которое ее презирает, камера всегда рядом с Айкой, приклеенная к ее большому телу, настойчивость ее поисков, которая параллельно отражается в рингтоне телефона Айки, постоянно звонит по всему фильму и усиливает агрессив-

ную атмосферу и чувство торопливости, спешки, которые характеризуют историю.

Фактически, звуковая обстановка в данном фильме является решающей, поскольку она усиливает неприятное ощущение нежелательной физической близости, которую испытывает Айка и которую зритель ощущает на протяжении всего фильма.

Первый игровой фильм Дворцевого называется «Тюльпан», в «Айке» есть целая сцена с тюльпанами, которые выращивают в 5-метровом закутке, без окон, без солнечного цвета. Хотя сам режиссер говорит, что это случайно получилось, но сама логика внутреннего творческого развития режиссера как художника привела к этому сходству, с непреднамеренному символизму.

Айка – эта та самая Тюльпан, которая уже вырвалась из своей жизни, приехала в город, в Москву, за лучшей долей, но оказалась в гораздо большем рабстве, чем на родине. И Асхату, и Тюльпан родные говорили, что их никто не ждет в городе, нет никого, кто бы помог и поддержал. Асхат, пройдя инициацию в сцене рождения ягненка, стал чабаном, как он и мечтал. Зрителям остается надеяться, что он найдет Тюльпан, и они будут вместе.

История Айки напомнила историю героя романа Эриха Марии Ремарка «Возлюби ближнего своего».

Роман Ремарка о том времени 30-х годов, когда в Германии к власти пришла нацистская партия, и миллионы беженцев из Германии наводнили Европу. Страны, куда прибывают мигранты, ужесточают меры с нелегалами. Герой Людвиг Керн много лет нелегально переезжает из одной страны в другую, он не может найти приют ни в одной из стран, он подвергается травле, его сажают в тюрьму, ему не платят деньги за работу, на него доносят, его депортируют. У него нет права на свободное передвижение, права на работу, на медицинскую помощь.

История, по-другому, но повторяется более чем через семьдесят лет, и уже в России.

Судьба мигрантов в этой стране незавидна, порой трагична. Дворцовой утверждает, что в основу фильма положены реальные события, и в жизни все куда страшнее.

Гражданская и человеческая позиция режиссера сподвигли его именно на постановку фильма «Айка» о судьбе кыргызской мигрантки.

В 2012 году Дворцовой узнал, что только по Москве за один год в роддомах были оставлены более 230 младенцев, которых бросили кыргызские девушки-мигрантки. Это пугающая цифра, за год больше двухсот деток остались без мам, без тепла, без любви, по сути, без детства и без надежды. [3]

Что должно было случиться в жизни – социальной и политической, чтобы девочки, с заложенными природой и воспитанием человеческими и родовыми ценностями, вне брака рожали детей и бросали их на произвол судьбы.

Дворцовой вытащил на свет то, что в темноте забытых квартир, в тесноте подпольных цехов, в забытых вагонах метро живет, истекает кровью, борется за каждый прожитый день, и показывает зрителям, нам, сам факт существования этих людей, этой девочки. Ведь никто их, ее не замечает. В фильме москвичи существуют в параллельной не пересекающейся реальности, они в упор не видят тех, кто подметает улицы их города, моет их машины.

В фильме идет взаимопроникновение документального и игрового начала, режиссер использует инструмент документалистики как наблюдение, российские критики считают, что Дворцовой положил начало этому методу документального кинематографа. Документальное кино из этого сюжета не состоялось бы, по той причине, что никто не согласится и никто не проживет перед камерой в такой жизненной ситуации.

Помимо метода наблюдения, режиссер использует декорации, которые были построены с величайшим реализмом и точностью – подпольный цех, где щиплют кур; хостел «Солнечный» – другими словами, съемная тесная квартира, забитая под завязку людьми; ветеринарная клиника, в которой в течение всех этих лет съемок фильма принимали настоящие ветеринарные врачи и лечили животных. Хозяева животных даже не догадывались, что это просто декорация к фильму.

Исполнительница главной роли Самал Еслямова несколько месяцев перед съемками прожила в Кыргызстане, училась говорить на кыргызском языке, понимать менталитет кыргызской девушки.

Все эти факты подтверждают, что режиссер уделяет пристальное внимание документализму того, что происходит, где

происходит и как происходит на экране. Дворцовой создает условия, чтобы применить метод наблюдения, уже не в реальной, а игровой ситуации, для реализма кинодействия.

Кино Дворцевого не иллюстративное, чем страдает казахский кинематограф, порой в своих лучших образцах.

Часто критики проводят параллель «Айки» с фильмом «Розетта» братьев Дарденнов, снятого в 1999 году. Режиссеры применили принцип документализма в рассказывании истории нескольких дней девушки Розетты, камера почти вплотную снимала каждое движение, каждый жест Розетты, особенно то, как она ест, именно этот процесс еды показал зрителю, как героиня ценит свою нехитрую пищу.

Критики вывели единицу человечности из этого фильма и назвали ее розеттой.

По праву можно это сделать и с фильмом «Айка». Документализм пяти дней из жизни Айки потрясает, зритель вместе с героиней мерзнет, запивает ледяной водой из-под крана обезболивающие таблетки, негнушится пальцами щиплет кур, огрызается, идет по завьюженному городу. «Это реализм Дарденнов, уткнувшийся в снежное брюхо Москвы». [5]

### Литература

1. Материалы Первой Международной научно-практической конференции «Документальное кино Казахстана», сентябрь 2014. – Университет Туран, 2014.
2. [https://www.krugosvet.ru/enc/kultura\\_i\\_obrazovanie/teatr\\_i\\_kino/DOKUMENTALNOE\\_KINO.html](https://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/teatr_i_kino/DOKUMENTALNOE_KINO.html)
3. <http://cheloveknauka.com/montazhnaya-vyrazitelnost-istoricheskogo-dokumentalnogo-filma>
4. <http://www.dissercat.com/content/evolyutsiya-zhanrov-v-dokumentalnom-televizionnom-kino>
5. <https://seance.ru/blog/interviews/ajka-dvorcevoj-eslyamova/>

**Аннотация.** В статье исследуется взаимовлияние художественного и документального кино, особенности использования метода наблюдения документального фильма в игровых картинах Сергея Дворцевого.

**Ключевые слова:** документальное кино, метод наблюдения, телевизионный фильм, документализм.

**Abstract.** The article explores the interaction of artistic and documentary films, especially the use of the method of observing a documentary film in the game paintings by Sergei Dvortsevoy.

**Андатпа.** Мақалада көркем және деректі фильмдердің өзара әрекеттесуі, әсіресе Сергей Дворцевойдың картиналарындағы деректі фильмді көріп отыру әдісінің қолданылуы қарастырылады.

Голованова И.С.

### **Социальные ресурсы парламентских политических партий России и новые медиа**

Выборы являются не только формой обратной связи гражданского общества и политических партий, но и служат индикатором эффективности партий в политической системе страны. Критерием эффективности может служить правильно разработанная и реализуемая стратегия политической партии, ключевым элементом которой является имиджевая стратегия. Формирование и продвижение привлекательного имиджа политической партии представляет собой технологическую сторону вопроса, касающегося установления полноценного взаимодействия политических партий и гражданского общества.

Для достижения необходимых результатов на выборах и в партийном строительстве политическая партия должна решить ряд проблем, главная из которых – определение стратегии политического поведения и коммуникационной деятельности. Такая стратегия предполагает определение основной линии поведения в отношении структур гражданского общества, целевых групп избирателей, групп интересов, органов власти, конкурирующих политических партий, средств массовой информации и других акторов политического процесса. Правильно выбранные стратегические позиции позволяют партии укрепиться среди основных партийных игроков, оптимально планировать и реализовывать мероприятия, ориентированные на прохождение в федеральные и региональные органы власти [1].

Конструирование стратегии политической партии можно представить в форме своеобразной модели, в которую включены основные характеристики партии и её конкретная деятельность, направленная на достижение необходимых электоральных результатов. Все основные направления партийной стратегии должны быть прочно взаимосвязаны и адекватно соотноситься друг с другом, с тем чтобы достичь главной цели – победы на выборах. В избирательном процессе, характеризующемся обо-

стренной межпартийной борьбой, конкурируют в первую очередь имиджи политических партий, от которых зависит успех партийной стратегии и которые в конечном итоге определяют результаты голосования.

Имидж партий является своего рода «лакмусовой бумажкой», на которой отражаются конкуренция идей, программ, лидеров, конкретной работы партии с избирателями, структурами гражданского общества и их деятельностью в стенах парламента. Именно имидж политической партии позволяет судить избирателям о партии во всех ее ипостасях. Задача партийных функционеров и политических технологов сводится к пониманию и преобразованию этих обстоятельств в эффективный имидж политической партии. «Эффективный» подразумевает эффективную коммуникацию, деятельность, принятие политических решений.

В контексте взаимодействия партии и гражданского общества чрезвычайно важно построение эффективной имиджевой стратегии политической партии в избирательном процессе.

Политическая партия представляет собой довольно сложный конструкт, сочетающий политические идеи, программы, лидеров, отдельных членов партии, деятельность региональных, местных и партийных организаций, публичные позиции партии по политическим событиям и многое другое. Стратегический имидж политической партии – это образ, который конструируется для обеспечения победы политической партии на выборах и дальнейшего увеличения популярности в обществе. Под имиджем понимать представления о политической партии, сложившиеся в индивидуальном и массовом сознании, мнения рационального или эмоционального характера о партии, возникшие в той или иной группе людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в результате прямого или косвенного восприятия политической партии [6]. Поскольку имидж – категория, складывающаяся из отношения к объекту восприятия, то имидж партии способен оказывать влияние на электоральное поведение граждан и других участников политического процесса.

Ключевыми инструментами формирования имиджа политической партии выступают традиционные и новые средства массовой коммуникации, в том числе: печатные и электронные СМИ, интернет-СМИ, специализированные интернет-ресурсы, блоги,

социальные сети, видеохостинги. В последние годы в лидеры по информационному освещению деятельности политических партий и формированию их имиджа среди целевых аудиторий входят интернет-ресурсы [3]. Это во многом обусловлено общим развитием Интернета, увеличением количества пользователей и расширением Сети России.

Популяризация Интернета в России привела к изменению формата политических коммуникаций, усилению роли новых медиа в процессах общения политических партий со своими избирателями.

Контент-анализ публикаций о политических партиях в федеральных СМИ показал доминирование в политическом пространстве интернет-СМИ. Они дают 75 % материалов о политических партиях и их фракциях в парламенте. Но охват аудитории интернет-СМИ значительно ниже, чем у ТВ, радио и печатных изданий. Доля упоминаний «Единой России» в публикациях интернет-СМИ – 50 %, в иных СМИ – 44 % и почти 49 % в целом. Это говорит о реализации «Единой Россией» широко затратных проектов в интернет-СМИ, в том числе и в блогосфере. У КПРФ – 22 % публикаций в интернет-СМИ, 27 % – в иных СМИ и 23 % в среднем. ЛДПР и «Справедливая Россия» и в Интернете, и в иных СМИ имеют 14–15 % публикаций. При этом в интернет-СМИ третью позицию занимает ЛДПР, а в иных СМИ – «Справедливая Россия».

Сегодня Интернет представляет собой развивающуюся быстрыми темпами глобальную площадку создания и трансляции информации о политических партиях, формируя принципиально новую среду политической коммуникации. В целом, по комплексу показателей лидером по интернет-активности в социальных сетях среди исследуемых политических партий является «Единая Россия». Она сумела интегрировать максимальное количество подписчиков и обеспечить генерирование наибольшего количества сообщений (постов) в день.

Анализ социальных медиа позволяет получить оперативный срез настроений интернет-аудитории, что делает его полноценным каналом выражения общественного мнения, эффективным инструментом формирования имиджа политических партий в Интернете [8].

Наряду с рассмотренными выше коммуникационными инструментами, имидж политической партии формируется под воздействием ряда факторов, которые могут быть схематично представлены в виде четырех составляющих имиджа: программно-идеологическая; деятельностная; личностная; внешняя [6].

Каждая отдельная составляющая оказывает влияние на формирование имиджа политических партий, но при этом имидж – комплексное явление, воспринимаемое в целостной форме. В политической практике партии при управлении имиджем учитывают взаимовлияние и взаимопереплетение этих составляющих, а также воздействие средств массовой коммуникации (в т. ч. интернет-коммуникации). Парламентские партии наработали довольно серьезную практику популяризации партийных программ, преобразуя зачастую общие для всех формулировки в формат ярких и доступных для избирателя агитационных печатных материалов, размещаемых в том числе и в сети Интернет.

Если партия не заявляет о себе на поле публичной политики, не принимает участия в политическом дискурсе, не инициирует политические события и информационные поводы, то такому политическому проекту уготована недолгая жизнь.

Деятельностная составляющая формирует имидж политической партии через политическую коммуникацию, в результате которой у избирателей складываются определенные установки и представления. Деятельностная компонента имиджа политических партий относится к числу самых важных элементов их позиционирования, по которым избиратель формирует свои политические предпочтения. Зачастую политические партии слабо позиционируют себя через деятельность, видимо, больше рассчитывая на применение политической рекламы в сжатые сроки избирательной кампании.

Формирование имиджа политической партии основывается на всех возможных видах взаимодействия, начиная от агитационно-пропагандистской работы и заканчивая парламентской деятельностью. От того, как организована политическая коммуникация, какие формы и методы используются для обеспечения двусторонней связи, как складываются отношения лидеров и рядовых членов партии с избирателями, зависят их восприятие и в конечном итоге имидж политической партии. Важную роль

в формировании имиджа политической партии играют специальные PR-мероприятия, направленные на повышение её популярности и мотивации избирателей для голосования за нее. Для формирования устойчивого имиджа политической партии деятельностная составляющая должна соотноситься с программно-идеологической компонентой. В противном случае имидж получается «разношерстным» и не однозначно интерпретируемым избирателями и политической элитой. Кроме того, деятельностная составляющая должна рационально соотноситься с быстро меняющейся политической обстановкой и обладать способностью к оперативной корректировке, исходя из складывающейся партийно-политической конфигурации на информационном поле. Ошибки в этом направлении способны значительно минимизировать электоральные результаты политической партии.

Особое место при формировании имиджа партии благодаря взаимодействию с избирателями занимают мероприятия, выходящие за рамки исключительно предвыборной агитации. Тем самым партия получает возможность, добиваясь восприятия себя обществом как организации, стремящейся к постоянному сотрудничеству с избирателями в различных сферах.

Использование Интернета для актуализации деятельностной компоненты имиджа только набирает популярность среди российских партийных интернет-активистов и политтехнологов. Наиболее часто используемые инструменты – освещение событий через сообщества в социальных сетях (прежде всего ВКонтакте и Facebook). Значительную роль в социальных сетях играют сообщества пользователей, позволяющие людям объединяться в группы по интересам, обмениваться сообщениями, новостями, мультимедийными материалами, а также файлами.

Для формирования и продвижения имиджа политической партии посредством деятельностной компоненты одним из эффективных приемов является использование так называемого событийного ряда, представляющего собой сценарий продвижения имиджа. Событийный ряд образуется из серии мероприятий, иллюстрирующих имидж политической партии через ее деятельность. Участие партий в определенных событиях и мероприятиях, выступление с политическими заявлениями, организация публичных политических акций (митинги, демонстрации) должны

сформировать полноценный имидж партии. При этом следует соблюдать «законы жанра» – грамотно выстраивать динамику событийного ряда, предусматривая яркие события на старте и финише, постоянно подогревая интерес к деятельности партии между этими ключевыми моментами. Для повышения эффективности событийного ряда необходимо проводить постоянный мониторинг общественного мнения и средств массовой коммуникации, регулярно замерять и отслеживать результативность мероприятий.

Многие отечественные исследователи не раз отмечали, что в России доминируют политические партии лидерского типа, формирующиеся вокруг популярных харизматических личностей [4]. Имидж лидера, как и всей политической партии, должен быть подстроен под запросы общества и отражать настроения избирателей. Поскольку лидерство в политических партиях может быть распределено среди нескольких политиков, целесообразно актуализировать личность не только лидера партии, но и тех, кого принято считать лидерами общественного мнения. Это повысит известность лидеров партии и укрепит в сознании общества образ партии как единой политической силы. Особенно важно представлять имидж нескольких лидеров в период избирательных кампаний, когда партийные списки возглавляют так называемые «первые тройки». Своеобразная диверсификация имиджа политических партий за счет лидерского ресурса позволяет привлечь наибольшее число голосов. Неслучайно формированию «первой тройки» предшествует серьезный партийный отбор. Однако зачастую внутрипартийные кулуарные соглашения берут верх над здравым смыслом и действительно популярных и эффективных публичных политиков вытесняют политические тяжеловесы, не обладающие общественной популярностью. Поэтому важнейшим элементом при определении имиджевой стратегии следует считать привлечение в партию популярных политических и общественных деятелей, способных стать маяком для потенциального электората и новых членов партии. Это особенно важно в период избирательных кампаний, когда партии позиционируют себя через своих руководителей и других лидеров общественного мнения, способных принести дополнительные голоса партии благодаря своей личной популярности.

Лидеры мнений, к которым можно отнести популярных общественно-политических деятелей – это люди, чьи оценки, утверждения, заявления воспринимаются избирателями с высокой степенью доверия [7]. Каждый такой лидер имеет свою определенную аудиторию, которая ему доверяет. Из социологических опросов, регулярно проводимых российскими центрами общественного мнения, можно почерпнуть достаточно объективную информацию о степени доверия к тому или иному политику, который ассоциируется у избирателей с определенной политической партией. Доверие к политику, ассоциируемому с партией, при правильном PR-сопровождении может быть переадресовано всей партии. Поэтому важно определить политиков, способных стать центром притяжения электората. В ближайшее время эта задача потребует своего решения не только в федеральных избирательных кампаниях, но и в региональных избирательных процессах. К сожалению, в рядах многих традиционных и в новых политических партиях яркие личности отсутствуют.

Одним из инструментов популяризации партийных лидеров и оценки их публичного и электорального потенциала может стать рейтингование их активности в социальных сетях. Интерес интернет-аудитории к микроблогам партийных лидеров растет. Вместе с тем рост сопровождается крайне неравномерным распределением количества подписчиков: явный перевес – на стороне лидера партии, главной медийной персоны. В этой связи участникам рейтинга рекомендовано существенно усиливать информационную работу в своих микроблогах, создавать больше информационных поводов, максимально активно использовать все доступные площадки для коммуникации с населением, постоянно расширять информационную и агитационную сеть партии, активнее включаться в информационную работу в сети Интернет, создавать аккаунты в социальных сетях и микроблоги.

Анализ интернет-активности ключевых российских партий в процессах формирования их имиджа демонстрирует, что Интернет как канал и инструмент политической коммуникации становится полноправным участником политического «маркетинг-микс», успешно дополняя традиционные СМИ [9]. Основываясь на различных исследовательских проектах, связанных с анализом социальных медиа (анализ мнений в социальных медиа о раз-

личных партийных брендах, персонах, анализ аудитории блогов и др.), можно сделать ряд выводов о специфике Интернета и социальных медиа как канала коммуникации политических партий со своими избирателями.

Первая особенность связана с тем, что мнения избирателей здесь более поляризованы и критичны по сравнению с мнением всей целевой аудитории. Как правило, на форумах и в блогах редко пишут нейтральные посты. Избирателю нужен веский повод для того, чтобы он решил потратить время и высказаться о той или иной партии или ее лидере. Кроме того, здесь наблюдается и эффект самореализующегося прогноза – повышенное внимание политических партий, а также всех участников политического процесса к отслеживанию и реагированию на негативные посты в социальных сетях приводит к стимулированию роста именно негативных сообщений. Проведенный анализ российской политической блогосферы показывает, что основная часть избирателей не воспринимает социальные медиа как новый «булыжник пролетариата» [2], однако такие риски, безусловно, существуют, и опыт развития западных политических коммуникаций в Интернете показывает, что эта тенденция с каждым годом лишь нарастает. Высказывания избирателей в социальных сетях о политических партиях более чем двух третях случаев (до 75 %) являются оценочно нагруженными, что не характерно для других каналов коммуникации. Даже на фокус-группах доля оценочных высказываний о политических партиях обычно не превышает 50%. Таким образом, широко распространенный на сегодняшний день анализ «здоровья бренда» политической партии в социальных медиа должен проводиться с учетом того, что социальные сети и прочие интерактивные каналы коммуникации изначально генерируют более оценочно нагруженный контент. Большое количество критических высказываний в адрес партии не нужно воспринимать как репрезентацию мнения всей целевой аудитории партии. Социальные медиа подобны увеличительному стеклу – они позволяют в кратчайшие сроки выявить основные болевые точки, нереализованные запросы избирателей и оперативно среагировать на них.

Вторая особенность Интернета и социальных медиа как канала коммуникации политических партий с избирателями состоит в

том, что он отражает именно то, что реально думают избиратели. Этим людям никто не просил высказаться, никто не навязывал им тему (как в ходе опросов), они сделали это по личной инициативе и собственной воле, не надеясь на какое-либо вознаграждение. Безусловно, есть люди, чья жизнь в социальных сетях превратилась в оплачиваемый род занятий, однако они никогда не составляют большинство. Основной мотив для избирателя оставить сообщение в социальных медиа – желание быть услышанными и добиться изменения ситуации. Несмотря на пристрастность таких сообщений, основная часть политических партий воспринимает их как помощь, поскольку решение конкретных проблем данных избирателей облегчает жизнь многим другим, приводя к росту популярности партии и уровня ее поддержки. На специализированных форумах обычно собираются люди, целенаправленно и глубоко обсуждающие темы, становясь не просто энтузиастами, но экспертами по соответствующим вопросам. Среди них немало креативных и образованных людей, самостоятельно пытающихся разработать пути выхода из проблемных ситуаций, донести своё видение до людей, принимающих решения. Вовлекая таких избирателей в коммуникацию, политические партии получают сторонника и повышают лояльность.

Третья особенность заключается в том, что избиратели высказывают здесь свое мнение более откровенно. Таких ярких эмоций, сравнимых по накалу с телевизионными ток-шоу, не найти при анализе других каналов коммуникации. Откровенность во многом стимулируется анонимностью. Социальные медиа также демонстрируют общее настроение, улавливают новые запросы избирателей. Все эти свойства социальных медиа делают их идеальным оперативным каналом политической коммуникации, позволяющим быстро и чутко улавливать настроения избирателей и получать эксклюзивную информацию для оперативной проработки в конкретные управленческие решения.

#### **Литература:**

1. Быков И.А. Политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013.
2. Дзялошинский И.М. Современное медиaprостранство России. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015.

3. Интернет-СМИ: Теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.
4. Марков С.А. Формы существования политических партий в России // Формирование политической системы России. М., 1996.
5. Официальные сайты всероссийских политических партий: «Единая Россия» [www.er.ru](http://www.er.ru), КПРФ [www.kprf.ru](http://www.kprf.ru), «Справедливая Россия» [www.spravedlivo.ru](http://www.spravedlivo.ru), ЛДПР [www.ldpr.ru](http://www.ldpr.ru), «Яблоко» [www.yabloko.ru](http://www.yabloko.ru).
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Издательство «Омега-Л», 2009.
7. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. М. : Дело, 2002.
8. Сморгунев Л.В., Шерстобитов А. С. Политические сети : Теория и методы анализа. М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2014.
9. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании. М. : ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014.

**Аннотация.** Рассматриваются основные подходы к построению имиджевых стратегий российских политических партий в избирательном процессе, а также коммуникационные инструменты формирования эффективного имиджа отечественных политических партий у электората в интернет-пространстве.

Особое внимание уделено ключевым инструментам и возможностям интернет-коммуникаций для продвижения политических партий и партийных лидеров в информационном пространстве и среди избирателей.

**Ключевые слова:** политические партии, интернет-коммуникации, политические коммуникации и технологии, имидж политической партии, коммуникационные инструменты, социальные сети, электорат, избиратели.

**Abstract.** The article considers the basic communication tools helping to create the Internet image of political parties as well as key components and opportunities of the Internet communications for promoting political parties and leaders in the information space.

The strategy consists in setting the basic behavior towards civil society institutions, target groups of voters, groups of interests, authorities, rival political parties, mass media and political actors.

**Key words:** political parties, Internet communications, political communications and technologies, political party image, communication tools, social media, electorate, voters.

Yessimova M.S.

### **Media Education and International Standards of Journalism**

In the last decade of the twentieth century, and at the beginning of the new century, there was a clear trend towards the integration of media: press, cinema, television, video, the Internet, etc. This situation has led to the need to develop a unified concept of Russian media education, including the experience gained by the national media pedagogy both on the material of traditional and new screen arts. Each country's journalism has its own cultural and linguistic norms and conventions. In international practice, generally accepted international rules are in place to make it easier for people from different countries and cultures to read textual information. It should always be remembered that the publication will be read throughout the world. International standards of journalism are perceived negatively by many, because it is believed that they impose some kind of convention. It is about imposing Anglo-Saxon culture or the Anglo-American tradition. However, regardless of whether we accept innovations or not, they nevertheless exist. That is, if there is a desire to become popular in world journalism, you will have to meet the standards. Everyone in this particular case chooses. International standards exist because they are claimed by readers all over the world. Modern media are developing in a dynamic information world, where the Internet is already crowding out many of the media in its speed and multi-functionality. The most common network language is English. And this fact in itself imposes certain thematic, and not only purely linguistic requirements for the material. That is why, taking into account the peculiarities of the network environment and the rules of the English language, international standards have certain specific features. Some aspects of international journalism (for example, placing the most important information at the beginning of the article) appeared due to the fact that the main audience of most international publications are business people and other representatives of the international community, who usually

have to read a large amount of printed materials daily. They simply do not have enough time to read the entire article – usually they only run through the first few lines. Today, along with questions about international standards of journalism, media education is a pressing issue.

The question of what media education is, what its essence and characteristics are, has become one of the most topical in the pedagogical environment, and in the field of journalism, among psychologists and sociologists in the last 10-15 years.

Meanwhile, the country has accumulated experience in media education, various scientific studies of this issue have appeared. This idea is actively supported by UNESCO.

Media education today can be divided into the following main areas:

1) media education of future professionals (journalists, screenwriters, directors, cameramen, editors, media critics, managers, producers, etc.);

2) media education of future teachers in universities and colleges, in the system of IUPP;

3) media education as an integral part of the general education of schoolchildren and students enrolled in regular schools, secondary specialized educational institutions, and universities;

4) media education in cultural and leisure centers;

5) remote media education using TV, RB, Internet system;

6) independent (continuous) media education, which can be carried out throughout life. All these issues are in the focus of the Russian Film Education and Media Pedagogy Association.

UNESCO considers media education as a priority area of pedagogy of the 21st century, and the information factor is the leading one in the learning process. That is why more than ever a comprehensive media education program is needed, covering different approaches to the training and education of young people.

According to Professor Akhmetova L.S. The problem of media education and media education in Kazakhstan, as elsewhere, has two directions [1]:

1. Media education in universities in the departments and departments of journalism. There are two sections:

a) student and master's environment;

b) professional development of journalists, workers of the media community and public relations.

Media education has been actively developing in the world since the middle of the last century. This term means not so much the skills and abilities to prepare media texts (what journalists and reporters are taught), but the skills of a critical attitude to information obtained from various sources; distinguishing truthful and objective information from inaccurate information and propaganda, as well as skills and abilities to work with sources of information, search for necessary information, etc.

With the advent and spread of the Internet, media education has expanded significantly. The development of information and communication technologies required additional efforts to clarify the audience about how the Internet works and how it works, where and how information flows, how to create and distribute your own information; how social networks work and so on. Currently, with the transfer of public services to the online format, media education is required not only for children, but also for adults (for example, in the UK OFCOM has shared media education activities for adults and children). that information can be a threat to the mental, emotional and moral health of children, therefore, states should take measures at the legislative level to limit information that is dangerous and threatening to children (containing rates of violence and murder, ill-treatment, sexual abuse and pornography, any exploitation and discrimination that promotes drugs, their derivatives, alcohol etc.). However, another mandatory side of restrictive and prohibitive measures is the development of media education as a joint process involving the state, society and media to educate the public and increase their media literacy [2].

Head of State Nursultan Nazarbayev spoke about the relevance of developing critical thinking in his message “The Third Modernization of Kazakhstan: Global Competitiveness” [3]: First of all, the role of the education system should change. Our task is to make education the center of a new model of economic growth. Curricula should focus on the development of critical thinking abilities and self-searching skills.

An important factor in favor of the need to implement and develop media education in Kazakhstan is the need to digitize the economy of the country, individual industries – in the framework of

the implementation of the program “Digital Kazakhstan 2020, and training for this professional staff and the entire population.

Popularization of the idea of information education (or media education) in Kazakhstan is gaining more and more turns every day. Media education plays an extremely important role for the modern person, as it allows to form critical thinking and understanding of the media business. A media-educated person is able to recognize reliable sources of information, determine the importance of media in society, and be responsible for their understanding. Media literacy is not new. For centuries, people manipulated information and artificially fabricated it to persuade, confuse, or entertain. So there was a yellow journalism, appeals from Hitler in Germany, propaganda during the Second World War and so on. In the 60s of the last century in different countries (Great Britain, Australia, France, Canada, USA) a course “media education” was formed, which, starting from the 80s, has already become compulsory for study.

Actually educational programs aimed at studying technical methods of fake denial in digital media are quite popular.

Modern education is unthinkable without the use of information technology and mass media. The activity of more than 70% of the adult population of the world is in one way or another connected with the creation, processing and transmission of information in the Internet environment. Over 90% of humanity are active consumers of the mass media [4].

Purposeful preparation of the young generation for life in the conditions of a developing information society should include knowledge of media literacy and media competence of the media, methods of transmitting information in general, as well as methods of possible manipulation of mass consciousness, methods of critical analysis of media messages. The information space that surrounds the modern consumer of the mass information product, it is customary to denote concepts. eat the media. Today, the media have become a means of integrated human exploration of the world, they have a wide range of possibilities for the development of the human person. The 21st century has made modern technologies easily accessible, simplifying the knowledge of the world in several stages. Mankind is in a situation of constantly increasing information flow, under the influence of which spiritual and moral, artistic and aesthetic, social, intellectual values and

interests are formed. Media actually represent a system of non-formal education and enlightenment of various segments of the population, significantly affecting the assimilation by people of all ages of social norms and the formation of personal value orientations. The modern information environment implies interaction with the “prepared”, i.e. media literate consumer. Since the interaction with the media has become much more complicated in comparison with the XX century, today media literacy is considered as the ability to communicate with the media and critically evaluate media texts. There are many different models designed to develop media literacy, which have different means of conveying information: TV, Internet, photos, videos, radio, press, etc. Media can serve as an incentive for improving human life, a means of reflecting national identity and development, international understanding and of the world, communicating realistic and adequate information about the history, culture, values of each people. At the same time, the media, turning into the dominant means of culture, pose a potential threat to the destruction of moral and ethical norms, cultural and artistic values. So, we have determined that in order to effectively interact with information resources a person must be a media literate. In order to more clearly outline what we mean by the concept of media literacy, let’s analyze its main components:

1. computer literacy is the ability to use computer equipment, knowledge of the basics of computer science, information technology;

2. information literacy – expresses the ability to “read”, analyze and synthesize information, the ability to use computer and media equipment, knowledge of the basics of computer science, information technology;

3. media literacy – describes the ability to analyze and synthesize media reality, the ability to “read” media text, the ability to use media technology, knowledge of the basics of media culture, that is, the result of media education.

The Internet has increased the importance of educating independent thinking and raising awareness of media consumers. Due to the fact that there are no geographical boundaries for the Internet, many regulatory standards that we take for granted, including the regulatory nature of advertising materials and broadcasts for young people, do not apply. There are countless publishers on the Internet, but there is practically no one responsible for the accuracy and reliability of the

information. In addition, the media are no longer the passive guides of a media product from manufacturer to consumer – they have become interactive in nature. Finally, consumers of media products can now also act as their producers and distributors. The last two factors – interactivity and the possibility of production and distribution of media products by individuals – have radically changed the role that the media plays in our society, especially in the lives of young people. In this new information environment, the need for media literacy has become absolute.

**References:**

1. Ахметова Л.С. Медиаобразование в Казахстане // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 3-2. – С. 37-38
2. Внедрение и развитие в Казахстане медиаобразования. Почему это необходимо? – <https://www.zakon.kz/4894099-vnedrenie-i-razvitie-v-kazahstane.html>
3. [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g)
4. Артеменко М.А. Медиаграмотность молодежи в контексте интернет-безопасности – [https://mediaeducation.ucoz.ru/\\_ld/8/898\\_73276803.pdf](https://mediaeducation.ucoz.ru/_ld/8/898_73276803.pdf)

**Аннотация.** Статья посвящена обзору современных тенденций развития медиаобразования в контексте международных стандартов журналистики, автор обосновывает важность внедрения медиаобразования во все сферы социальной жизни.

**Ключевые слова:** международная журналистика, стандарты, медиаобразование

**Abstract.** The article reviews the current trends in the development of media education in the context of international standards of journalism, the author justifies the importance of introducing media education in all areas of social life.

**Key words:** international journalism, standards, media education

IRSTI 19.01.07

Koilybayeva S.S.

## Linguistic research of gender

**Introduction.** Multidisciplinary nature is the most distinctive feature of the study of gender. The study of intercultural communication is based on many disciplines, such as linguistics, psychology, sociology, anthropology, philosophy, culture, communication, etc. Introduction Multidisciplinary nature is the most distinctive feature of the study of gender. The study of intercultural communication is based on many disciplines, such as linguistics, psychology, sociology, anthropology, philosophy, culture, communication, etc. A gender stereotype is a stable, repetitive, generally accepted notion (opinion) about the place and role played by one or another gender in society, as well as about the identity of people of a gender identity (Vorontsov, 2010: 85).

**Experiment.** Language is a mirror of society, a factual reflection of social tradition, mores and culture. With the deepening development of social linguistics and social psychological linguistics, it became necessary to study language and gender. In linguistic circles, the study of gender on the threshold of the 60s of the twentieth century was fragmented. Then, the strong Western women's rights movement stimulated the development of language and gender learning. At this time, many linguists appeared, for example, Lakoff, Trudgill, Zimmerman, West, etc. They developed a lot in the field of gender difference in language. Reflection of language differences of representatives of different gender, and pragmatics of gender, which is investigated by linguists. Men and women manifest themselves in different ways in communication.

**Results and discussion.** The theory of deficiency: R. Lakoff – representative of the theory of deficiency. Language is a reflection of social agreement, and at the same time, the language performs the function of enhancing social agreement. Different use of language between men and women indicates their different social role. Also a reflection of the social status between male and female. Lakoff believes that not only does social inequality of status and

law exist, but linguistic inequality cannot be eliminated (Lakoff R., 1975: 409).

The theory of disposition: Zimmerman. West and Fishman are representatives of the theory of disposition. They believe that women are powerless, so in communication women are often passive and manageable. We can give a typical example from their research: when a woman and a man talk, a man often interrupts a woman. In addition, the choice of topic and amount of conversation is limited to women. According to the results of a study of the style of conversation and tactics, men are usually in a position of predominance, prefer to dominate the choice of the topic and its changes, and men often interrupt women.

The theory of Difference: According to this theory, the main opinion is that a man and a woman grow up in a different background of subcultures and in different social processes, so they have a big difference in the use of language.

The theory of politeness: Brown Penelope and Stephen Levinson (1987) proposed the theory of politeness. This theory had a great influence on the writing of works on the field and politeness. Janet Holmes said that women are more polite than men (Holmes J, Meyerhoff M., 2003). For example, a woman in comparison with a man praises and apologizes more.

Pragmatic principles and differences in gender language

#### 1. The principle of cooperation

American famous linguist and philosopher H.P. Grice proposed the principle of cooperation. Conversations between people consist of consecutive related speeches, and conversations of people are rational, they have the character achieved by joint efforts; and each participant recognizes them and has a common goal or set of goals, or at least a mutually accepted direction. This goal or direction may be scheduled at the beginning (for example, on the initial proposal of a question for discussion), or they may evolve during the exchange of information; they can be quite specific, or they can be so vague that they give very significant freedom to the participants (as in a casual conversation). But at each stage, some possible conversational steps would be excluded due to casual dialogue.

Then we could formulate a rough general principle that participants should expect to observe, namely: make your conversational input,

such as required, at the stage at which it occurs, according to the accepted goal or direction of the exchange of conversations in which you participate. One could call this the principle of cooperation.

According to him, in the process of communication both sides of the conversation follow certain principles in order to cooperate and fulfill the communicative task. Grice thinks there are 4 categories in the principle of cooperation. The principle of cooperation is observed or violated by men and women with a pronounced feature (Grice, H.P., 1975).

Both sides of communication with the premise can observe the principle of cooperation, through the deliberate violation of one maxim for the expression and understanding of communicative implications. The general scheme of developing an interactive implication can be given as follows: "He said p, the addressee has no reason to believe that he does not comply with maxims, besides he indicated q rather than p. So he does not comply with the principle of cooperation. He knows that the addressee can understand what he said about this without specifying p, but to understand q, he lets other people think that q. Thus, the addressee correctly understood the communicative implications q.

## 2. Gender differences in the maximum number

Maxima is a number which, in principle, determines the amount of information that is transmitted during a conversation. Both sides need to speak fully to avoid awkward silence. In short, in communication, women like to use aha, hmm or nod in order to express their involvement in a conversation. Thereby encouraging the addressee to speak further. Women easily change the topic; they usually give a rather clear answer to the other person, if possible. Naturally they observe maxims. And men thoroughly control the topic, but often remain silent, not giving a clear answer, and then there is an ambiguity. Men often contradict the maxim of numbers. For example,

Client: Do you have an English-Chinese dictionary?

Saleswoman: Sorry, it was all sold out. But tomorrow we will have new books, do you want to come again?

Women answer the question in more detail, and men answer briefly and without further explanation. If a man answers a question, his answer will probably be yes or no, and without further explanation.

## 3. Gender differences in maxim quality

Maxim of quality requires the addressee to tell the truth. There is a phenomenon in daily communication – women and men contradict this maxim. Men prefer boasting, and women speak normally, even in a slightly self-deprecating intonation. But while women sometimes use rant in order to express their feelings or attract the attention of others.

#### 4. Gender differences in relationship maxim

Maxim's relationship means that the addresser speaks relevant speeches. People think that men pay attention to power in communication, and women pay attention to harmony. Women can use words to establish or maintain relationships and find a common point of view to reach consensus. Usually they pay attention to the listener, participate in a conversation, asking questions and striving to achieve effective communication. From time to time they say: "mm", "mind", "yes", "yes" or nod their heads to show interest, rarely interrupt speech in order to maintain a dialogue with verbal and non-verbal actions. Complete and respond in a timely manner. In contrast, men show strong competition in conversation in order to prevent others from speaking. When they start talking, they talk less about what others have said, men say what they want to say. In the speeches of women, more attention is paid to the reaction and participation of listeners, and they respond positively to the speeches of others. Men also respond to other people's words, but their goal is to make others give way.

Mary: I realized that today I was talking to Doyle? And I explained to him an act that you know will come in April, I probably will have to ...

Bud: Sorry, open the black door, I'll give it to the dogs.

Mary: I may have to stop my assignment.

Mary's wife told her husband about her business, but her husband did not observe the maxim of the relationship, and the communication was unsuccessful – her husband interrupted her and changed the topic of conversation. And his wife ignored it and then discussed it for successful communication.

#### 5. Gender Differences in Mode Maxim

Maxim of the way, in principle, cooperation requires a clear expression of the speaker's speech, and he should try to avoid ambiguity, ambiguity, tediousness. The general principle should be

clear and concise. In communication, both man and woman violated this maxim. For example, women sometimes use vague expressions that are difficult for people to understand. Men like to use reportage long articles to show their knowledge, but this is due to politeness or coercion. One of the women's speech strategies when they spoke was to pay special attention to politeness and elegance of speech, and their demands for politeness were generally higher than men. In the same situation, women often prefer to choose very polite, indirect and overly complex means of expression.

The concept of "gender" reflects the complex sociocultural process of the construction by society of differences in male and female roles and behavior. As long as there will be an opinion on how to represent your gender, in which toys children should play and what they should learn in class, there will be gender stereotypes. In particular, professional gender stereotypes will emerge from them. Gender stereotypes are culturally formed, generalized ideas (beliefs) about how men and women actually behave. The term should be distinguished from the concept of gender role, meaning a set of expected patterns of behavior (norms) for men and women.

There are two concepts of gender, the biological and the socially constructed gender. In gender theory there is also the discussion of the power aspect being built into the genders (Mansson, 2010: 243-245. Miegel & Johansson, 2002: 162). The starting point in gender theory then is that the features which we consider as being feminine or masculine is socially constructed and changed.

The research on US films shows how gender has been represented historically and what changes there have been, or rather have not been (Benshoff & Griffin, 2004). During the early times of US cinema women were represented based on codes drawn from the Victorian era.

Gender is a sociocultural, symbolic construction of gender, which is designed to define a specific associative link, to ensure full communication and maintain social order. In other words, gender is a system of values, norms and characteristics of male and female behavior, lifestyle and way of thinking, roles and attitudes of women and men, which they acquired as individuals in the process of socialization, modeled by society and supported by social institutions, primarily determined by social, political, economic and cultural

contexts of being and captures the idea of a woman and a man depending on their gender (Shevchenko Z.V.).

Originally, the term “gender” was used in linguistics to refer to the grammatical category “gender” (пол). In social studies, the category of “gender” was introduced to replace the notions of the gender role and sex-role approach that dominated in public science. The idea of distinguishing between biological and social sex was expressed in 1935 by Margaret Mead (Margaret Mead) in his book *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. But the term itself came into use in Western science in the 1970s. thanks to the writings of American scientist Robert Jesse Stoller (Robert Jesse Stoller). He spoke at the congress of psychoanalysts in Stockholm with a report on the concept of social sexuality or, as he called it, gender identity, initiating the study of processes of gender identification and gender socialization. For the first time, Stoller designated the distinction between the concepts of sex (in Russian – пол and gender (in Russian – gender). His concept was based on the separation of biological and cultural: the study of gender, Stoller believed, is the subject area of biology and physiology, and gender analysis can be viewed as a subject area of research by psychologists and sociologists, analysis of cultural and historical phenomena ( Shilova Ye., 2013: 148). It is necessary to distinguish between the concept of “sex” and “gender.” The term “sex” is used to refer to biological, anatomical, physiological differences between female and male organisms, expressed by the different participation of men and women in the reproductive process, excellent genitalia, a set of chromosomes. If a biological sex is given to a person from birth, then gender is constructed socially and is determined by the culture of society in a specific historical period. Gender is a social gender that forms behavioral, cultural, psychological, visual and other socio-cultural differences between men and women. Gender is a rather complicated concept because it reveals the diverse content of a phenomenon. In the scientific literature, it is used in several ways: gender as a socio-role and cultural interpretation of personality traits and behavioral patterns of men and women, as opposed to biological; gender as the social acquisition of individuals born in the biological categories of the female or male; gender as a policy of equal rights of men and women, as well as activities to create mechanisms for its implementation (Shevchenko Z.V.). For example, Olga Voronina

identifies three areas of understanding of gender: gender as a social construct through the mechanisms of socialization, division of labor, gender roles, the media, stereotyping; gender as a network, structure or process, that is, understanding gender as a stratification category along with other stratification categories; gender as a cultural metaphor in philosophical and postmodern concepts (Shevchenko Z.V.).

Judith Lorber structures in detail gender in relation to society and the individual. As a social institution, gender includes the following concepts: gender statuses are socially recognized norms that manifest themselves in behavior, gestures, language, emotions, and appearance; the gender division of labor is the distribution of productive and domestic work between men and women; gender kinship – family rights and obligations for each sex, sexual prescriptions; gender personality structures – combinations of characteristics that manifest themselves in feelings and behavior; gender social control – formal or informal acceptance and encouragement of conformist behavior and stigmatization, social exclusion, punishment; gender ideology – justification of gender statuses, in particular, their various assessments; gender forms – cultural representations of gender and the embodiment of gender in symbolic language and artistic production reproduces and legitimizes gender statuses.

For instance, the way in which male and female roles are presented in commercials reflects the traditional notions of gender, where women are dominated by men (Pawlica, Widawska, 2001).

Wordpress describes the American mass media negatively and underlines affects society by perpetuating gender roles. Mass media has a major influence on the social cognition of individuals and promotes gender biased opinions and attitudes. Society internalizes the messages on gender stereotypes that mass media frequently projects and we learn and mimic these harmful roles (Wordpress).

J. Courtney Sullivan, *Commencement* “Women leave their marriages when they can’t take any more. Men leave when they find someone.” (J. Courtney Sullivan) “At one point, she’d wanted to hurl the whole breakfast at the wall. And then she’d remember why it was that men had temper tantrums and women didn’t: cleanup.” (Kristin Hannah, *Angel Falls*).

Allison Lantagne do conclusion that television is the most pervasive form of media, with 96.7 percent of American families owning a TV,

according to The Nielsen Company, which takes TV set ownership into account when it produces ratings. This, of course, means that viewers must carefully examine the content of the programs they choose to watch, and decide if they can ethically support and promote said content (Gender Roles in Media, 2014).

Given examples suggesting that media images of gender may lead to harmful or negative effects, some research has explored the possibility that media content may be used to affect the attitudes of viewers in prosocial or beneficial ways. In this regard, research suggests that in some cases, media portrayals may be successful in reducing sex-role stereotyping (Gender And The Media, 2002). For example, Robert Liebert and Joyce Sprafkin (1988) reported that nine- to twelve-year-old children expressed greater acceptance of nontraditional gender-role behaviors (e.g., careers for girls, nurturant behavior for boys) after viewing *Freestyle*, a thirteen-part television series featuring nontraditional gender portrayals. Also, Joyce Jennings, Florence Geis, and Virginia Brown (1980) showed that exposure to commercials featuring women in nontraditional roles increased the self-confidence of women.

The analysis by Teresa Thompson (1995) of television cartoons found that among major characters, males outnumbered females more than three to one, and that among minor characters, males outnumbered females almost five to one. Similarly, Signorielli and Bacue (1999) reported that in prime-time programming, action adventure programs feature only 30 percent females (up from 20 percent during the 1960s).

Mary Beth Oliver with Chad Mahood in the research “Gender And The Media” make a conclusion that “ Nonfiction programming also continues to underplay the appearance of females. For example, the content analysis by Dhyana Ziegler and Alisa White (1990) of network newscasts found that only 12 percent of the news correspondents were female. Similarly, television and newspaper reports of sporting events continue to vastly ignore participation by females. Susan Tyler Eastman and Andrew Billings (2000) content analyzed sports reporting on two television programs (ESPN’s Sports Center and CNN’s Sports Tonight) and two newspapers (The New York Times and USA Today) over a five-month period in 1998. Coverage of women’s sports accounted for only 17 percent of sports coverage in USA Today, 9

percent in *The New York Times*, 6 percent on SportsCenter, and 4 percent on Sports Tonight” (Gender And The Media, 2002).

Kristen Harrison emphasizes the importance of considering the next aspect of gender: “Research has shown convincingly that thin-ideal media exposure is related not only to body-image disturbances but also to disordered eating”. ( Kristen Harrison and Joanne Cantor, 1997) have shown that this correlation exists even for people who say they have no interest in dieting and fitness as media topics. Like body-image disturbance, disordered eating as an outcome of thin-ideal media exposure is dependent on the audience members’ individual differences, such as sex (females exhibit stronger correlations than males) and interpersonal attraction to thin media personalities (people who are attracted to thin media personalities exhibit stronger correlations than people who are attracted to average or heavy media personalities). Several possible mediators of the media-disorder link include negative affect, thin-ideal body stereotype internalization, and body dissatisfaction. ( Harrison Kristen,2002)

A distinctive feature of the gender policy of Kazakhstan is that the initiator of gender projects is, first of all, the state, which takes preventive and proactive measures in the areas of gender development. Currently, Kazakhstan is a party to more than 20 different treaties and conventions on human rights, including those aimed at ensuring equality between the sexes, as well as the protection of women and children (“On the Political Rights of Women”, “On the Nationality of Married Women “). In Kazakhstan, a national action plan to improve the status of women in the republic has been developed and approved by a government decree (Lanshakova Y.S...,2006).

Kazakhstan’s gender policy is at the peak of implementation and further successful development. Thus, women and men need to be viewed not on a gender basis, but as a human resource, an individual with potential capabilities in the political, economic and socio-cultural direction, and which later can bring the necessary contribution and benefit to the prosperity and development of the state (Kutymenova, 2018).

**Conclusion.** With regard to personality, gender includes the following components: gender category – belonging to the biological sex from birth, depending on the genitals; gender identity – personal perception of one’s gender in relation to the function of the employee

and family member; Gender mating and reproductive status – fulfillment or non-fulfillment of the permitted or impermissible type of courtship, pregnancy, childbirth and parental roles; sexual orientation – socially or individually accepted samples of sexual desires, feelings, practices and identifications; gender structure of personality – inherent patterns of socially recognized emotions, organized by the structure of family and parenthood; gender processes – social practices of learning, learning, the necessary role replicas that make the behavior gender acceptable (or unacceptable), the development of gender identity; gender beliefs – acceptance or resistance of gender ideology; gender display – presentation of oneself as a certain type of gender personality through clothes, cosmetics, jewelry, permanent and temporary wood markers (Shakirova S., 2000).

In everyday life, communicating with each other, we necessarily know how to determine speech from the point of view of gender linguistics.

Language is a complex of social phenomenon. The distinction between masculine and feminine speech is a reflection of culture, history, and society. Therefore, gender linguistics occupies an important place in communication, which has a special pragmatics of language. Materials of the thesis can serve as a theoretical and empirical basis for the study and analysis of the specificity of representation of gender stereotypes in the media.

#### **Литература:**

1. Benshoff, M. Harry & Griffin, Sean America on Film. Representing Race. Class. Gender and sexuality at the movies. 2004- Madlen, mass: Blackwell Publishing.
2. Воронцов, Д. В. Гендерная социализация. 2010 – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ
3. Florence Geis, and Virginia Brown Influence of television commercials on women's self-confidence and independent judgment [https://www.researchgate.net/journal/0022-3514\\_Journal\\_of\\_Personality\\_and\\_Social\\_Psychology](https://www.researchgate.net/journal/0022-3514_Journal_of_Personality_and_Social_Psychology)
4. Grice, H. P. Logic and conversation [M] // Cole P, Morgan J.L. (eds.). Syntax and Semantics, vol3. Speech acts. 1975-New York: Academic Press.
5. Gender Roles in Media. (2014) 01:24 pm ET Updated Jul 15, 2014 [https://www.huffpost.com/entry/gender-roles-media\\_b\\_5326199](https://www.huffpost.com/entry/gender-roles-media_b_5326199)
6. Gender And The Media. 2002- Encyclopedia of Communication and Information <https://www.encyclopedia.com/>

7. Eastman, Susan Tyler, and Billings, Andrew C. "Sportscasting and Sports Reporting: The Power of Gender Bias." *Journal of Sports & Social Issues* 2002- 24:192-213
8. Harrison Kristen, and Cantor, Joanne "The Relationship Between Media Exposure and Eating Disorders." 1997- *Journal of Communication* 47:40-67
9. Harrison Kristen "Body Image, Media Effect on." *Encyclopedia of Communication and Information*. . Encyclopedia.com. 2002 <https://www.encyclopedia.com>
10. Holmes J, Meyerhoff M. (2003) *The Handbook of Language and Gender* [M]. 2003-New York: Wiley-Blackwell.
11. J. Courtney Sullivan, *Commencement* <https://www.goodreads.com/work/quotes/6257109>
12. Ланшакова Ю.С., Мишукова Е.С., Тунгатарова Д.С., Самсонов Л.В. Социологические исследования гендерных проблем в Казахстане // *Вестник КАСУ №3 – 2006* <http://www.vestnik-kafu.info/journal/7/235/>
13. Кутыменова Г.М. Гендерное равенство в Казахстане <https://pravo.zakon.kz/ 22.08 2018>.
14. Kristin Hannah, *Angel Falls* <https://www.goodreads.com/work/quotes/1521035>. 01.04.2019.
15. <https://genderrolesinmassmediaharmfulandpowerful.wordpress.com>
16. Lakoff R. *Language and Women 's Place* [M]. 1975-New York: Harper Row.
17. Manson, Per (red). *Moderna samhällsteorier. Traditioner, riktningar, teoretiker*. 8<sup>th</sup> edition. 2010-Stockholm: Norstedt.
18. Miegel, Fredrik & Johansson, Thomas. *Kultursociologi*. 2<sup>nd</sup> edition. 2002-Lund: Student litteratur AB.
19. Signorielli, Nancy, and Bacue, Aaron. «Recognition and Respect: A Content Analysis of Prime-Time Television Characters Across Three Decades.» 1999. *Sex Roles* 40:527-544.
20. Словарь гендерных терминов / Составитель З. В. Шевченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://a-z-gender.net/gender.html>
21. Thompson, Teresa L., and Zerbinos, Eugenia. «Gender Roles in Animated Cartoons: Has the Picture Changed in 20 Years?» *Sex Roles* 1995- 132:651-673
22. Шакирова С. Толкования гендера // *Пол женщины. Сборник статей по гендерным исследованиям*. – Алматы: Центр гендерных исследований, 2000. – С. 15-26.
23. Шилова Е. Э. Гендер как инновационный научный и философский дискурс // *Вестник МГИМО Университета*. – Философия. – М., 2013. – С. 148–152
24. Pawlica, Beata, Edyta Widawska, *Wpływ reklamy na kształtowanie stereotypów społecznych*. [http://www.eid.edu.pl/archiwum/2001,99/kwiecien,168/wplyw\\_reklamy\\_na\\_ksztaltowanie\\_stereotypow\\_spoecznych,1128.html](http://www.eid.edu.pl/archiwum/2001,99/kwiecien,168/wplyw_reklamy_na_ksztaltowanie_stereotypow_spoecznych,1128.html), Accessed on 2
25. Ziegler, Dhyana, and White, Alisa. "Women and Minorities on Network Television News: An Examination of Correspondents and Newsmakers." 1976- *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 34:215-223

**Koilybayeva S.S.**

**Linguistic research of gender**

**Abstract.** This article discusses methods for the study of gender. The subject is the properties, functions and content of gender stereotypes. Based on the fact that “Journalism” refers to the philological sciences in the study of the theoretical and methodological foundations of the representation of gender stereotypes in the media should contain a philological component. The relevance of this work lies in the fact that gender linguistics is a fairly young and insufficiently studied science, and now in local journalism there is a rapid growth of research on the study of the gender parameter in language and speech in the media.

The purpose of the article is to identify the characteristics of the functioning of gender stereotypes in the media.

**Key words:** gender, gender stereotype, intercultural communication, gender, pragmatics.

**Койлыбаева С.С.**

**Гендердің лингвистикалық зерттеулері**

Мақалада гендерлік зерттеу әдістері талқыланады. «Журналистика» филология ғылымына қатысты болғандықтан, бұқаралық ақпарат құралдарында гендерлік стереотиптерді ұсынудың теориялық және әдіснамалық негіздерін зерттеуде филологиялық құрамдас болуы керек.

Мақаланың мақсаты – бұқаралық ақпарат құралдарында гендерлік стереотиптердің жұмыс істеу ерекшеліктерін анықтау.

**Түйін сөздер:** гендер, гендерлік стереотип, мәдениетаралық коммуникация, прагматика.

**Койлыбаева С.С.**

**Лингвистические исследования гендера**

**Аннотация.** В статье рассматриваются методы исследования гендера. Автор раскрывает свойства, функции и содержание гендерных стереотипов. Исходя из того, что «Журналистика» относится к филологическим наукам в исследовании теоретических и методологических основ представленности гендерных стереотипов в СМИ должны содержаться филологические компоненты. Актуальность данной работы заключается в том, что гендерная лингвистика – это довольно молодая и недостаточно изученная наука, и сейчас в отечественной журналистике происходит бурный рост исследований, посвященных изучению гендерного параметра в языке и речи в СМИ.

Целью статьи является описание особенностей функционирования гендерных стереотипов в СМИ.

**Ключевые слова:** гендер, гендерный стереотип, межкультурная коммуникация, пол, прагматика.

Қойлыбай Ә.Ә,

### Медиабілімді арттырудағы кітаптың рөлі

Ақпараттық төңкерістерді артқа тастап, алға қарай қарыштап өскен заманның қол жеткізген мүмкіндіктері ұшан теңіз. Адамзаттың жер бетінде өмір сүре бастаған шағынан бері қарым-қатынас жасауға деген талпыныс көп болды. Бейнелеу өнерінен жазудың пайда болуы, сөздердің тууы, хат алмасу, хабар айту сынды еркін қарым-қатынас ғасырлар өткен соң да дамуын тоқтатқан жоқ.

1450 жылы Гутенберг баспа станогын ойлап тапқан кезден бастап сауаттылық, материалдық және технологиялық даму жақсарды. Баспа станогы әлемдегі барлық радикалдық өзгерістерге сүйенді. Еуропа, Оңтүстік Америка, Солтүстік Америка, Азия және Африка арқылы империялық тәртіптің күштілігіне карамастан, төңкерістер мен көтерілістер ұйымдастыруда жазбаша ақпаратты тарату арзан және тиімді әдіс болды. Орта ғасырдағы әлеуметтік және саяси ережелер болмаса, Гутенбергтен басталған баспасөз журналистикасы өз деңгейінде дамымас еді және дәл өз кезеңіндегідей көп полярлы үнге ие болмас еді.

Радио мен телевидение технологиясының пайда болуының баспасөзден айырмашылығы онда мемлекет өндірісті тарату мен реттеуді мұқият бақылап, белсенді рөл атқарды. Әрбір жаңа пайда болған ақпарат таратушы құралдар – телеграф, радио, телевидение немесе қазіргі интернет, ұялы телефон болсын бұрынғыдан өзгеше [1].

Ғылыми-техникалық прогресс, интернеттің қиял-ғажайыбы, әлемнің кез келген түкпірінен мобильді телефон, компьютер, теле және радиобайланыс арқылы «көзді ашып-жұмғанша жылдам хабар алдырған» коммуникацияның алғырлығы. Бұл – ХХІ ғасырдың кереметі [2].

Қазіргі таңда ақпарат саласы экономиканың «төртінші секторына» айналды, осы шаруашылықпен шұғылданатындар саны Батыс елдерінде елу пайызға таяп қалды [3].

Ыбырай Алтынсарин айтқандай: «Өнер білім бар жұрттар, Тастан сарай салдырды. Айшылық алыс жерлерден, Көзді ашып жұмғанша, Жылдам хабар алғызды». Яғни, ақпарат таратудың жаңа кеңістігі көптеген мүмкіндіктерге қол жеткізіп, хат-хабар алмасудың ашық та еркін түріне көшті. Осы уақытқа дейін қарапайым халық кез келген мәселеге байланысты өз ойларын арнайы хат жолдап, дауыс беріп қана білдіретін еді. Енді адамзаттың ойын ашық білдіруге интернет желісі қызмет жасай бастады. Бұл дегеніміз осы уақытқа дейін мәселе көтеріп, хабар таратып келген журналистиканың өзін жаңа қалыпқа алып келді. Бұрынғыдай белгілі бір саяси оқиға жөніндегі хабарды көпшілікке жеткізу үшін газет-журнал бетіне жариялаусыз да, оқиғаның дәл уақытымен сол мезетінде ақпарат сайттарда, блогтарда жазуға жол ашылды. Осы тұрғыдан алғанда, көпшілік бұқараның шексіз ақпарат кеңістігінде талдау мен талғамды, ақпарат ақиқатына көз жеткізерлік сауаттылығы қажет. Әйткен күнде қоғамның ой-сана, жан-жақты қарым-қатынасында жалған ақпараттың қауіпті екені белгілі. Жәй ғана бір ұғым-түсінік жайында түрлі шатасулар мен адасуларға алып соғатындығынан бастап белгілі бір мәселені одан әрі ушықтырып жібере алады.

Осындай түсініспеушілік пен ұғынбаушылыққа апарып соқпас бұрын адамдардың медиасауаттылығын қалыптастырып, медиабілімін арттыру қажет. Бұл бағытта негізінен көпшілікті нақты әрі шынайы ақпаратпен қамтамасыз ететін журналистер қызмет атқаруы тиісті. Себебі, бүгінгі мультимедиялық және цифрлық үстемдікте хабар тарататын төртінші билік өкілі – журналистер. Ақпарат таратудың еркіндігінде өмір сүргендіктен бүгінгі қоғамды мультимедиялық, цифрлық, технологиялық материалдармен ақпараттандыру тек қана журналистердің еншісінде қалмады. Бұл бағытта интернет бетінде жалған немесе шынайы түрде жазатын блоггерлер, әр түрлі мультимедиялық материалдар дайындайтын медиақызметкерлер жұмыс жасауда. Ал, масс-медианың өмірімізден алар орны айшықталып, күнделікті қолданысқа еркін түсетіндігі мен қатар, ғылым-білім мен даму негіздеріне айналып отырғандығы рас. Және де ұрпақ тәрбиелеу мен қалыптастыру жолында медианың атқарар рөлі артып келеді.

Сондай-ақ, ғылыми-педогогикалық әдебиеттерде адам өмірінде әсіресе жасөспірімдердің қалыптасуы мен дамуында бүгінгі

күні басты орынды алатын БАҚ-тың атқаратын негізгі функциялары, яғни қызметтері көрсетіліп, олар әр түрлі топтастырылып жүр. Атап айтқанда, қазіргі кезде БАҚ-тың ақпараттық, білім берушілік, сын және бақылау, қоғамдық қажеттіліктерді артикуляциялау (сөйлеу органдарының жұмысы) сияқты функциялары жиі айтылады. БАҚ жеке тұлғаның, қоғамның, мемлекеттің ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандырады дегенді негізге алған В.Д.Сошников бұқаралық ақпарат құралдары функцияларын жүйелей отырып, оның ішінде электронды ақпарат құралдарының, яғни теледидардың төмендегідей функцияларын бөліп қарайды: ақпараттық, мәдени-ағартушылық, интегративті (қалпына келтіру, толықтыру) коммуникативті, әлеуметтік-педагогикалық, ұйымдастырушылық, білім берушілік, рекреативті. [4]

**Медиа** – 1. Бұқаралық қоғамдық ақпаратты тарату құралдарының ағылшын-америкалық атауы. 2. Ақпарат жасау, жазу, көшіру, көбейту, сақтау, тарату, қабылдау және субъект (агенттік автор) пен объект (көпшілік аудитория, адресат) арасында орынмен алмасуды жүзеге асыратын техникалық құралдар. [5] Арнайы сөздікте осындай анықтама берілген, ал қазақ тіліндегі «100 жаңа оқулық» жобасы бойынша аударылған «Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас» кітабында мынадай тұжырымдамалар келтіріледі.

Медиаға қатысты біле жүретін кейбір дүниелер:

– Жалпы «медиа» термині кез келген нәрсені тарату мүмкіндігін білдіреді.

– Бұл анықтаманы қолданған себебіміз – медианың нақты түрлеріне тоқталамыз: көбінде хабар таратушы «БАҚ» пен «медиа», баспасөз, телерадио, кино және интернет көмегімен үлкен аудиторияны қамтуды көздейді.

– Біз қарастыратын медианың кез келген түрі коммуникация арқылы қызмет атқарады. Херст пен Харрисон еңбегінде жазылғандай, коммуникация мен медианың басты айырмашылығы мынада: коммуникация – хабарды тарату және қабылдау процесі болса, ал медиа – қарым-қатынас және ақпарат алмасу құралы. Сондықтан медиа – өзге адамдармен қарым-қатынас жасау механизмі.

– Медианы «медиа» деп атаудың сыры – тура мағынасында байланыс ортасы деген сөз (латынша: media – бел ортасы – деген

мағынаны білдіреді). Бұл – хабарды жөнелтуші мен алушының ортасындағы дәнекер әрі таратушы механизм.

– Журналистика – медианың маңызды формасы ретінде жаңалықтарды (сөзбе-сөз аударғанда «жаңа ақпарат») қоғамға жеткізуші. Мәселен, үкіметтің таратылуы, лаңкестік оқиғалар, са-лабрити тұлғалардың тұрмыс-тіршілігі, жаңа альбомның жарық көруі немесе спорт жарыстарын қоғамға таныстырады.

– Медиа терминіне БАҚ ретінде екі себепке байланысты сирек назар аударамыз. Біріншіден, аудитория біркелкі емес, яғни «бұқаралық аудитория» мүшелері жасына, жынысына, нәсіліне, әлеуметтік, мәдени және экономикалық факторларға сәйкес алуан түрлі болып келеді. Екіншіден, медианың дәуірі цифрлық медианың (кейінірек қарастырылатын интернет, әлеуметтік медиа, ойындар мен смартфондарды қамтитын термин) және медианың түрлі формалары арасындағы конвергенцияның қарқынды дамуымен тығыз байланысты. Қазіргі кездегі медианың конвергенциялануы мен жаңа инновациялардың бірігуі нәтижесінде медиа «бұқаралық» деп саналмайды. [6]

**Медиа:** ақпарат және ойын-сауық бағдарламаларын ұсынуды қамтамасыз ететін контент және тарату механизмі. Өміріміздің көп бөлігі **медиамен** қоршалған. Бүгін өзіңізді ойлайтын уақыт жетті. Таңғы жаңалықтарды қарайсыз. Содан кейін радио тыңдарсыз, журнал ақтарарсыз немесе iPod-тан әуен тыңдауыңыз мүмкін. Мұның мәні өмір сүру салтымызды: күн сайын медиаға телміруді, медиаға шырмалуды яки медиамен интерактивті байланысқа түсуімізді анықтайды. Медиа сөйлеу мәдениетімізге, қалай ойлауымызға және өмірге бейімделуімізге жөн сілтейді [7].

Белгілі бір бағытта адамның білімін арттырудың алғашқы сатысы – сауатын ашу. Яғни, сол бағытта білімнің әліппесін үйрену. Алдымен, медиа және ақпараттық сауатылығымызды көтеріп алуымыз шарт. Медиа және кітапхана, мұрағат және интернет сияқты өзге де ақпараттық қызметтер адамдарға ақпараттың толықтығын ескере отырып, шешім қабылдауға көмек беретін бүкіл әлемдегі маңызды құралдар екендігі айқын. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың міндеті – білімді қолданушыларға бере білуде [4]. Ақпараттық сауаттылық – ақпаратқа қол жеткізуге, оны бағалау мен этикалық қолдану маңыздылығына баса назар аударады. Ал, медиа сауаттылық

– медианың функцияларын түсіне отырып, сол функцияларды бағалауды басты назарға қояды [8].

Медиабілімнің басты мақсаты – жаңа ұрпақты қазіргі ақпараттық заманның жағдайында өмір сүруге, әртүрлі ақпараттарды қабылдай білуге, түсінуге, оның психикаға әсері бар екендігін сезіне білуге дайындау. Демек, медиабілім бұл балаларға және жастарға бұқаралық ақпарат құралдарының мүмкіндіктерін дұрыс пайдалануды үйретуді мақсат ететін педогогиканың ерекше бөлігі деп түсіну керек [9].

Медиабілім беруде балалар мен жасөспірімдердің интернет желісін сауатты әрі пайдалы қолдануы маңызды. Себебі, өскелең ұрпақтың смартфон, телефон, компьютер құрылғыларына көп телміруі тек қана денсаулыққа емес, психологиясы мен ойлау жүйесіне, білімі мен тәрбиесіне тікелей әсер етеді. Бұл дегеніміз өскелең ұрпақ тәрбиесінде медиабілім беру қажеттілігін туындатып, сауаттылығын арттыруды талап етуде. Филология ғылымдарының кандидаты К. Қабылғазина өз еңбегінде: «Медиабілім адамдарға өздерінің ойларын еркін білдіру құқығын жүзеге асыруға және ақпаратты сараптауға мүмкіндік береді» деген ой түйеді [10]. Ақпарат тасқынының ағындап тұрған шағында пайдалы да зиянды, жалған да шынайы медиаөнімдер (бейнеролик, аудио, тікелей эфир және т.б.) бала психологиясына кері әсерін тигізу коэффициенті жоғары.

Ендеше, алдымен баланың ұлттық құндылықтарды игеруі, тәлім-тәрбиенің қайнар бұлағынан сусындауы, салт-сана, әдет-ғұрып, дәстүр тағылымын бойға сіңіруі маңызды. Баланың эстетикалық пайым-түсінігін, таным бағдарын айқындауда басты рөл атқаратын – кітап. Яғни, бала психологиясына рухани азық беріп, түсіну мен ұғыну сынды, астарлы сөзді немесе оқиғаны бағамдау, ой қорыту және алдын-ала жоспарлау сияқты әрекеттерге негіз болады. Бұл дегеніміз медиабілім беру үшін де кітаптың атқарар рөлін айқындай түседі. Қарапайым ғана белгілі бір мақсаттағы адам санасында түсінік пен күдік туындатар медиаөнімнің ақиқаты мен дұрыстығына көз жеткізу үшін де кітап қажетті. Белгілі бір ұғымның анықтамасын білу үшін энциклопедия, анықтамалық, түсіндірме сөздігі сынды, немесе тарихи оқиғаның, мәселенің анық-қанығына жету үшін тарихи көркем шығарма, ғылыми кітаптарды оқу қажетті. Көбіне жастар

жүгініп, арқа сүйейтін Google жүйесіндегі кез келген ақпараттың, мәліметтің дұрыс екендігі көз жеткізудің басты құралы – кітап. «Кітап – білім бұлағы. Өмір бойы оқитын университет. Ағартушы, тәрбиеші. Идеология мен саясатқа шындайтын құрал. Ғылыми-техникалық хәм әлеуметтік прогресс ұйытқысы» деп Ш. Елеукенов айтқандай тасқа басылған құндылық білім-ғылымның бастауы екенін ұғынамыз.

Адамзаттың бай қазынасы, рухани асыл қазынасы – кітап беттерінің сарқылмас сәулесі ғасырлар мен алыс жолдардан өтіп, адам өмірін нұрландыруда. Әлем айнасы болып саналатын кітаптарда тарихи оқиғалар, құбылыстар, ғылыми білімдер, ұрпақтардың сан ғасырлық тәжірибесі, адам жанының небір нәзік сезімдері мен иірімдері сомдалады. Оларда адамзаттың жарық жұлдыздары – ұлы ұстаздардың кемеңгерлік ойлары, даналық сөздері, мәңгілік өсиеттері, әлеуметтік және ұлттық бостандық, демократия, ғылыми және мәдени прогресс жолын таңдап алған халықтардың сөнбес үміті, асыл армандары мен атқарған ұлы істері бар [11]. Сондықтан да айналамыздағы кез келген дүниенің ғылымы мен тарихи бастауын ұғыну үшін кітап бетіне үнілеміз. Кітап – ақпарат таратудың ең көне түрі. Бұқаралық ақпарат құралдарының атасы – кітап. Бүгінгі таңда интернет беттеріндегі көп дүниелердің кітаптан алынғанын да жоққа шығара алмаймыз. Яғни, көп жағдайда ғаламтордың өзі – кітаптың электронды нұсқасы [12]. Демек, бүгінгі ақпарат айдынының бастау бұлағы кітаптан екені түсінікті.

Жаңа медианың кең таралып, түрлі мүмкіндіктердің ұшын шығарып, бұрын-соңды болмаған жаңалықтардың бастауына айналып отырған ХХІ ғасырда кітаптың орны ерекше. Дәлелді және көпшілігіміз көріп жүрген дүниелердің түп-төркіні кітапта екендігіне біршама мысалдар келтірсек.

Интернет қолжетімділігінің арқасында әлеуметтік желінің көпшілік қолданысында жүргені белгілі. Осы әлеуметтік желіні пайдалана отырып, түрлі бағытта ашық топтар мен бірлестіктер көбейген. Әсіресе, вконтакте, инстаграм, телеграм, фейсбук желілерінде түрлі ғалым-даналардың қанатты сөздері мен тұжырымыды ойларын жариялайтын парақшалар жетіп артылады. Осынау қанатты, нақыл сөздер мен мағына әңгімелер бізге қалай жетті? Интернет желілері арқылы ма? Әрине, жоқ. Сонау

арғы заманнан Аристотель, Әл-Фараби, Ибн Сина, Конфуций, Омар һайам қалдырған мұра бізге тасқа басылып, кітап болып жеткен жоқ па? Ал, бүгінгі жас буын әлеуметтік желіден оқып аламыз да, интернет бетінен көруге қызығамыз. Негізгі түп-тамыры кітаптан екені айтпасақ та түсінікті жағдай.

Одан бөлек, түрлі мультимедиалық өнімдерді де атап өтуге болады. Қазақ тіліндегі бәрімізге белгілі Алдар көсе, хайуанаттар жөніндегі мультфильмдер де бізге ертегі, аңыз түрінде кітап болып басылып жетті. Сонымен қатар, тарихи, көркем шығармалар – Қыз Жібек, Алмас қылыш, Көшпенділер сынды кітаптардың желісімен «Қыз Жібек» көркем фильмі, «Қазақ хандығы», «Көшпенділер» сияқты фильмдер түсірілген болатын. Міне, осының барлығы да бүгінгі мультимедиалық және ақпараттық медианың кітаптан алынатындығының белгісі. Яғни, бұған дейін кітап бетінде өрнектеліп, сақталып, мұра болып жеткен мәдени құндылықтар заман талабына сәйкес, көпшілік назарын бұрарлық көркем фильмдерге айналуға. Демек, кітаптың әлі күнге дейін де білім қорының асылы екендігінің бірден-бір дәлелі.

XXI ғасыр да жеткен жетісітіктеріміз мен жаңа мүмкіндіктеріміз мол. Себебі, жаңалық ғасырының айдынында адам баласы жасай алмайтын іс-әрекеттер мен дүниелер азайды. Және осыған сәйкес адамзаттың санасына тың серпіліс алып келді. Білім беру жүйесінің өзі де бүгінгі адамзаттың нақты қажеттіліктеріне байланысты ақпараттық технологияның құралымен де берілетін деңгейге жетті. Әлемдік және еліміздің бүгінгі қоғамындағы біршама өзгерістер ақпараттық желінің үстемдікке ие бола отырып, түрлі медиаөнімдер арқылы өздерін жетілдіруі. Дәлірек айтсақ, өзін-өзі дамыту, кәсіпкерлік, бизнес бастауға байланысты жүргізілетін түрлі онлайн сабақтар мен курстардың баршасында айтылар кеңес, қанатты сөздер кітап бетінен алынатындығын көпшілік біле бермейді. Мысалы, Бизнес бастау кәсіпкерлік мектебінің жетекшісі Ахметбек Нұрсиланың бейне материалдарында әсіресе, түрлі тренерлердің сөздері мен қазақ ақын-жазушы, қайраткерлерінің сөзі. Ал, ақын-жазушы, қайраткерлер қалдырған қанатты сөздерін интернет желісіне жазып кетіп пе? Ақиқатты болуы үшін <https://www.youtube.com/watch?v=TvBdxTZJBS0> Youtube желісіндегі мына бейнероликте А.Нұрсила өз ой-қорытындысын Мұқағали Мақатаевтың сөзімен түйіндейді[13].

Және мына сілтемедегі бейнироликте <https://www.youtube.com/watch?v=VOnMmDWMnMsШәкәрім> Құдайбердіұлының «Адамдық борышың» өлеңі мен Сұлтанмахмұт Торайғыровтың «Шәкірт ойы» сынды туындылары, Абайдың қара сөздерінен мысалдар келтіріп, қанатты сөздерін тілге тиек етеді [14]. Осындай туындылардың барлығы да бізге кітап болып басылып жеткен. Және ол білімді біз кітаптан да игере аламыз.

Сонымен қатар, дәл осы кәсіпкерлік, бизнес бастау жолында түрлі семинар-тренинг, дәріс өткізетін Самғау бизнес мектебінің жетекшісі Аманжол Рысмендиевтің бейне материалдары да осындай [15]. Оған қоса А. Рысмендиевтің авторлық «Өрлеу», «Өзінді оят» атты кітаптарының шығуы медиаөнімдер арқылы білім беруді көздейтіндердің өзіне кітаптың айрықша орны бар екендігінің дәлелі. Сондықтан да бүгінгі медиаөнімдердің түп-төркіні кітаптан алынады.

Кітапқа негізделіп жүргізілетін арнайы онлайн оқу курстарының да кең таралып кеткеніне куәміз. Яғни, белгілі бір бағытта білім беру үшін, кітапқа жүгіне отырып, дәрістер өткізіп, семинарлар талқыланады. Демек, интернет желісін пайдалана отырып онлайн білім беру бағдарламалары дамып келе жатыр. Солардың бірі Ұлттық Бірыңғай Тестілеуге дайындайтын әлеуметтік желідегі «ҰБТ Академиясы» атты парақшалар [16]. Бұл парақша мектеп бітіруші түлектердің көбіне танымал, әр түрлі пәндерде формула, теорияны түсіндіре отырып талдаулар жасайды [17]. Қазақстан тарихы, математика, физика, химия, биология, математикалық сауаттылық, оқу сауаттылығы, қазақ әдебиеті сынды пәндерді бір ай көлемінде ақылы онлайн курстарын жүргізіп, оқушыларды тестілеуге сапалы дайындап шығаруда [18]. Бұл жүйенің дамығандығы сондай, ҚР Білім министрінің қолдауымен жұмыс жасайтын «Қазақстанның ашық университеті» атты онлайн бағдарламаның сапалы жұмыс атқаруы [19]. Бұл бағдарламада жүргізілетін онлайн курстар «100 жаңа оқулық» бағдарламасының негізінде аударылған кітаптарды түсіндіру мен көпшілік ізденушілердің құлағына сіндіру. Нақты кітапқа сүйене отырып, заман талабына сәйкес, медиаөнімдерді дайындап шығару жылдан-жылға дамып келеді.

XXI ғасыр – ақпараттық қоғам ғасыры, бұл өркениеттің жаңа түрі десе де болады, сондықтан жаңа әлемге үлкен дайындықпен,

біліммен және компьютерлендірілоген өмір шындығын ждұрыс бағалап, түсіне отырып аяқ басу керек [20]. Ендеше, ақпараттың дұрыстығы мен сапасына деген сенімді қалыптастыру жолында түп тамыр, негізгі дiңгегі кітап болары хақ. Жоғарыда айтылған мысалдар мұның айқын дәлелі. Ал, медиабілімнің негізгі бағыттарына:

- а) қазіргі ақпараттық жағдайда жаңа ұрпақты өмірге дайындау;
- ә) әр түрлі ақпаратты қабылдауға, оны адамның түсіне білуіне;
- б) зардабының жүйкеге әсерін түсіне білуіне;

в) техника құралдарының көмегімен қарым-қатынас жасау қабілетін игеруге үйрету сияқты мәселелер жатады [21]. Осы бағыттарды негізге айналдыра отырып талдау жасайық.

**Қазіргі ақпараттық жағдайда жаңа ұрпақты өмірге дайындау.** Яғни, бүгінгі ақпараттық технологияның қолжетімді дамыған шағында өсіп келе жатқан баланың денсаулығы мен психологиясына айрықша зардабын тигізетіні айқын. Мұны көпшілік ата-аналар білседағы бала тәрбиелеуде қолданбайды. Енді ғана оң мен солға бұрылып, тілі шығып, айналасына көз тіге бастағанда баланың ойлау қабілетін дамытарлық ертегі, аңыздар, хикаялар айтып беру маңызды. Және әріп танып, сауат ашқаннан кейін де баланы кітап оқуға үйрету керек-ті. Көркем шығарманың шытырман оқиғаларын бастан өткергендей күй кеше отырып, өзіндік қорытынды ой түйіп, үлгі-өнегесін алып өседі. Мектепке барып, білім игеріп, ғылымға ептеп ене бастағанда түрлі ғылыми көркем шығармаларды оқу арқылы баланың пайым-түсінік, таным шеңберін кеңейтуге ықтималды. Ал, қалтафон мен компютер экранына телміріп, керекті, керексіз дүниелер көріп, құмар ойындар жетегінде кеткен ұрпақтан не үміт, не қайыр. Демек, ақпараттық жағдайда ұрпақты жаңа өмірге дайындау барысында кітаптан артық көмекші құрал жоқтығының дәлелі.

**Әртүрлі ақпаратты қабылдауға, оны адамның түсіне білуіне.** Жан-жақтан келіп түскен әр түрлі ақпаратты қабылдау мен оны түсіну үшін де анық-қанығына көз жеткізу керекті. Бұрындары болған, болмағандығы немесе ұлттық тәрбие құндылығына қайшы келерлік дүние екендігіне көз жеткізу үшін кітап бетін ақтаруы тиіс. Жоғарыда келтірілген мысалдар осы бағытта жазылған. Себебі, ақпараттың атасы – кітап.

**Зардабының жүйкеге әсерін түсіне білуіне.** Қабылдап отырған ақпараттың жүйке жүйесіне қаншалықты зардабын тигізетіндігін түсіну керек-ті. Оны алдымен, ұрпақ тәрбиесінде ата-ана біліп, баласын зиянды ақпараттан тиып отыруға және баланың өзіне ұғындыра білуге тиісті. Мысалға алып қарасақ, атыс-шабыс, өлтіру мен ұру сынды интернет ойындарының өзі бала психологиясында айтарлықтай қайшылықтар тудырып, ашушаң, зұлымдыққа құмар ету мүмкіндігі жоғары.

**Техника құралдарының көмегімен қарым-қатынас жасау қабілетін игеруге үйрету.** Вертуалды әлемде қарым-қатынас жасауда адамдармен сөйлесу мәдениетінен бастап, өзі немесе туысқандары жайлы ақпаратты сыртқа ашық шығармауы маңызды. Яғни, желінің арғы жағындағы жанның қандай пиғылда, не мақсатта отырғандығы білмей сыр ашып, әңгімелесу қауіпті. Және әлеуметтік желіде қандай жазбалар салу да бүгінгі таңда маңызды. Себебі, әлеуметтік желінің әсерінен, өзіне, отбасына, ел жұртқа кесір тигізуде мүмкін. Барлығы ашық түрде болатындықтан, жалған ақпарат таратып, сотталып немесе ұсталып кетіп жатқандар да жеткілікті. Яғни, алдымен ұлттық тәрбиені бойына сіңіріп, құндылықтарды қастерлеп, кітаптан өнеге ала білген адам, жазатын жазбасының бағдарын біліп, төркінін түсінеді. Романдар мен повесттерде кезігетін құпиялықты сақтау, сыр ашпау сынды оқиғалардың өзі адамға сабақ болары сөзсіз. Ендеше қарым-қатынас жасаудың өзінде этика мен эстетика, мәдениетті сақтау үшін ұрпақ кітаптан тәрбие алуы керек-ті.

Ең беделді медиапедагогтардың және медиатеоретиктердің бірегейі Л.МАстерман қазіргі әлемдегі медиабілімнің маңыздылығы мен басымдығын айқындайтын жеті себепін негіздеп берді:

1) Медианы тұтынудың жоғарғы деңгейі және қазіргі қоғамда бұқаралық ақпарат құралдарының шектен тыс көптігі.

2) Медианың идеологиялық маңыздылығы, өнеркәсіптің саласы ретінде аудиторияның санасына ықпалы.

3) Медиаақпарат санының жылдам өсуі, оны басқару және тарату тетіктерінің күшеюі.

4) Негізгі демократиялық процестерге медианың ену интенсивтілігі.

5) Барлық салада визуалды коммуникация мен ақпарат маңыздылығының артуы.

6) Болашақ талаптарға сәйкес бағдарланған студенттерді оқытудың қажеттілігі.

7) Ақпаратты жекешелендіруде ұлттық және халықаралық процестердің ұлғаюы [22].

Медиабілім – ХХІ ақпараттық ғасырдағы адамзатқа қажетті және маңызды білім. Сол білімді арттыру үшін ақиқаты айқын, тасқа басылып мәңгілік мұра боларлық кітаптың рөлі ерекше. Қанша жерден интернет желісінің кең таралып, қол жетімділігі артса да кітаптың бүкіл ақпараттың атасы және сол ақпараттың негізі болатындығын ұмытпауымыз қажет. Күніне мыңдап тарап жатқан ақпараттың шынайы екендігіне көз жеткізудің жалғыз өзгермес ақиқат жолы – кітап. Жәй ғана менің медиабілім жөніндегі ғылыми мақаламды жазудың өзіне интернет желісі емес, кітаптардың негіз болуы – ең қарапайым мысал.

#### Әдебиеттер:

1. (Джанет Джонес, Ли Салтер. Сандық журналистика. Алматы, 2014ж.)
2. (С.Г. Тер-минасова. Тіл және мәдениетаралық коммуникация. Ұлттық аударма бюросы, Астана, 2018 жыл. 9 – бет)
3. (К. Қамзин. Журналистика негіздері. «Қазақ университеті» баспасы, Алматы, 2019 жыл. 3-бет.)
4. (Әбдиева Р.С. Медиабілімді дұрыс қабылдаудағы тәрбие мен оқытушының ықпалы. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж. \ жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 251 б.)
5. (Mass media және телекоммуникация терминдерінің қазақша-орысша-ағылшынша анықтамалық сөздігі. Редактор-құраст.: Қ. Тұрсын – Алматы, «Қазақ энциклопедиясы баспасы, 2015. – 632 бет.)
6. (Жейсон Бейнбриж, Никола Гок, Лиз Тайнан. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. – 592 бет)
7. (Жейсон Бейнбриж, Никола Гок, Лиз Тайнан. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. – 592 бет)
8. (Медиа және ақпараттық сауаттылық: Кэролайн Уилсон, Алтон Гризлл, Рамон Туазон [және т.б.]; орыс тілінен ауд: Г. Сұлтанбаева, Б. Әлқожа. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 194 б.)
9. Әбдиева Р.С. Медиабілімді дұрыс қабылдаудағы тәрбие мен оқытушының ықпалы. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж. \

- жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 251 б.
10. Қабылғазина К. Білімгерлерге медиабілім беру – уақыт талабы. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж.\ жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 251 б.
  11. Мамажанов М. Асыл мұра. Алматы: «Қазақстан», 1993. – 128 б. (8 – бет)
  12. Елеуқенов Ш. Кітаптану негіздері. Алматы, «Санат»
  13. [www.bitik.kz/1130](http://www.bitik.kz/1130)
  14. <https://www.youtube.com/watch?v=TvBdxTZJBS0>
  15. <https://www.youtube.com/watch?v=VOnMmDWMnMs>
  16. <https://www.youtube.com/watch?v=o5CJEXXQEPk>
  17. [https://vk.com/ubt\\_akademiyasy](https://vk.com/ubt_akademiyasy)
  18. <https://www.youtube.com/channel/UCUVc7UEMiAlrVCAkvmB7W0w>
  19. <https://vk.com/board102420613>
  20. <https://openu.kz/kz>
  21. Жеңіс М. Қазіргі медиабілімнің даму жолдары. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж.\ жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 215 б.
  22. Жеңіс М. Қазіргі медиабілімнің даму жолдары. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж.\ жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 215 б.
  23. Жеңіс М. Қазіргі медиабілімнің даму жолдары. «Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж.\ жауапты ред. М.Х. Арғынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 215 б.

**Аңдатпа:** Ғасыр ерекшелігінің бірі ақпараттың кен әрі жылдам таралып, қолданысқа енуі. Хабарсыз да көз түскен айналаның барлығы дерлік, түрлі ақпаратқа толы. Интернет желісіне қосылған кез келген адам медиаөнімдердің тұтынушысы мен қабылдаушысына айналуға. Ұрпақ тәрбиесі мен адамзат психологиясына медианың әсері ықпалды. Алайда, ашық және еркін түрде сан түрлі ақпараттың сапасы мен шынайылығына көз жеткізу қиындап барады. Осы негізде ХХІ ғасырда өмір сүретін әрбір адам өзінің ақпараттық сауатын қалыптастырып, медиабілімін арттыруы қажетті.

**#медиабілім #медиа сауаттылық #кітап #интернеткітап**

**Аннотация:** Одной из особенностей века является широкое и быстрое распространение информации и ввод в действие. Почти все вокруг, полно разнообразной информации. Любой человек, подключенный к сети интернет, становится потребителем и получателем медиапродукции. Влияние медиа на воспитание поколений и психологию человечества велико. Однако в открытой и свободной форме трудно убедиться в качестве и достоверности разнообразной

информации. На этой основе каждый человек, живущий в XXI веке, должен формировать информационную грамотность и повышать свой профессионализм.

**# медиаобразование # медиакаталог # книга # интернеткнига**

**Abstract:** One of the features of the century is the wide and rapid dissemination of information and entry into force. Almost all around, missing, full of a variety of information. Any person connected to the Internet becomes a consumer and a recipient of media products. The influence of media on the education of generations and the psychology of mankind has been influenced. However, in an open and free form it is difficult to verify the quality and reliability of a variety of information. On this basis, every person living in the twenty-FIRST century should form their information literacy and improve their professionalism.

**# media education # media directory # book # internetbook**

### **Нетрадиционные религиозные культы: методы вербовки деструктивных сект**

Нетрадиционная религиозность играет в современном обществе все более значительную роль, оказывая влияние на личность, социальные и культурные процессы в регионах. Однако это явление нельзя оценивать однозначно. В зависимости от степени влияния культ поклонения может быть позитивным или нейтральным, однако нередки и негативные, деструктивные секты.

Новые религиозные движения – это религиозные группы, течения, появление которых обусловлено процессами модернизации религиозной сферы и кризисом традиционных религий, а также изменением мировоззренческих приоритетов современного глобализирующегося общества. Новые религиозные движения, секты и культы (иногда эти понятия употребляют как синонимы) появляются в результате религиозной инициативы отдельных групп людей и, как правило, основываются либо на постулатах, символах и т.д. определенной конфессии, интуитивно понятных большинству населения, либо предлагают синкретизм нескольких религий, что тоже выглядит достаточно привлекательно в нашем поликонфессиональном и мультикультурном мире. Они создают новое вероучение, культ, организацию, а затем начинается период привлечения последователей.

Нетрадиционную религиозность как сложное культурное явление трудно подвергнуть исключительно религиоведческому анализу, так как в ней находят отражение более общие тенденции духовного кризиса современного общества. Для последователей нетрадиционных культов приоритетной задачей может быть, например, обретение духовности, поиск мировоззренческих оснований обыденной жизни, которые коррелируются с сакральным опытом как таковым. Среди общих тенденций возможно назвать сложности в социально-коммуникативной сфере (желание най-

ти «единомышленников», новое социальное окружение); объективные трудности в материально-экономической сфере, кризис (например, в период распада бывшего СССР); стремление обрести некое «новое» знание, духовность, творческие возможности (которые, как правило, преподносятся как эзотерические, то есть не доступные простому обывателю, но открытые адептам нового культа). Иными словами – это и саморазвитие, и самоактуализация и т.д. Все эти явления в целом положительные, характерные для многих, если не для всех людей, но в тоже время исследования показывают что при анализе сект они предстают как формы уязвимости, делающие человека объектом «вербовки» и его приход в секту нельзя считать полностью осознанным самостоятельным выбором.

Поясняя сказанное, можно проиллюстрировать данную тенденцию на примере «Церкви последнего завета», которую еще называют сектой Виссариона (а ее последователей соответственно виссарионовцами) [1, С. 450-468].

Церковь последнего завета – новое религиозное движение, нетрадиционный культ, секта, основана в 1991 году С. Тороп в г. Минусинск Красноярского края. Секта уже привлекла к себе внимание исследователей, которые отмечают и ее синкретичный характер, и все более усиливающиеся тоталитарно-коммерческие тенденции. В тоже время отмечается что первоначальную основу движения составили люди с высшим образованием, состоявшие в семейной и профессиональной жизни. «Платформу движения составили семьи интеллигентов. Среди приезжих оказалось много людей творческих профессий – художников, музыкантов, модельеров... На первом этапе движения верующие сделали попытку воплотить в жизнь коммунистические принципы общинного жития. Лозунгами движения стали: коллективизм, творчество, саморазвитие, семья. Атмосфера, создаваемая в общине, в какой-то мере воссоздавала атмосферу Советского Союза 60-х годов. Эмоциональная приподнятость, чувство счастья и глубокое удовлетворение от борьбы с трудностями – как естественными, так и искусственно создаваемыми – были характерны для первых виссарионовцев» [2].

Таким образом вопрос о социальных следствиях остается важнейшим при анализе деятельности сект.

Известный сектовед А.Л. Дворкин признает, что «до сих пор не существует единообразия в вопросе о том, какие именно организации мы называем сектами. Часто наряду с выражением «секта мунитов» или «секта богородичников» можно услышать «секта методистов» или даже «секта лютеран». Именно А.Л. Дворкин предпринял попытку различать «опасные» и «мирные» религиозные группы и ввел в научный оборот понятие тоталитарной секты. Данное понятие фактически является эквивалентом англоязычного «деструктивного культа». Соответственно, оно также имеет ярко выраженный негативный характер.

«Понятие «культ» в его социологическом аспекте пришло к нам с Запада, вместе с дискурсом вокруг новых религиозных движений. На Западе понятие «секта» употребляется часто в нейтральном смысле слова, в то время как понятие «культ» имеет ярко выраженную негативную окраску» [3, С. 86].

Здесь наиболее важно подчеркнуть, что согласно распространенному определению секта или нетрадиционный культ это вероисповедательная группа, которая возникает именно как оппозиция по отношению к ранее утвердившимся и, как правило, господствующим религиозным направлениям [4]. Значит для нового культа крайне необходимы и своеобразная апология новой веры, и признание со стороны общества, и коммерческие интересы. Для сект характерны радикализм учения, проповедь собственной исключительности и едино спасающей силы своего учения, настроения избранности, резкое противопоставление себя другим религиозным направлениям и внешнему миру.

Выявляя характерные особенности тоталитарных сект можно перечислить следующие критерии:

- авторитарность;
- эксплуатация последователей секты;
- прикрытие подлинных целей и намерений религиозными, политико-религиозными, психотерапевтическими, оздоровительными, образовательными, научно-познавательными и иными мотивами;
- обман или сокрытие части важной информации при вербовке;
- разрыв родственных и дружественных связей;
- использование манипулятивных техник;

– культивирование некритического мышления и др.

Все ли секты являются деструктивными? Безусловно, нет. Однако, можно отметить, что негативная оценка часто преобладает не только в общественном мнении, но и среди специалистов.

В тоже время факты говорят сами за себя – некоторые религиозные объединения повинны в тяжких антиобщественных деяниях. Одним из наиболее ярких примеров является массовое самоубийство и убийство в Латинской Америке 912 членов секты «Народный Храм», возглавляемой Джимом Джонсом. Этот пример приводит и Дворкин А.Л., буквально на первых страницах своей книги:

«На жутких кадрах, помещенных в ведущих средствах массовой информации, были запечатлены тела мужчин, женщин и детей, в неестественных позах лежащие на поляне посреди тропического леса. Мертвые тела. Всего 912 человек. Они уверовали в своего лидера и последовали за ним в джунгли Гайаны, где приступили к строительству идеального города, названного по имени руководителя секты Джонстауном, а затем подчинились его приказу совершить самоубийство, выпив яд, или по меньшей мере не слишком сопротивлялись, когда им стреляли в затылок. Мнения детей не спрашивал никто: младенцам раствор впрыскивали в рот пипетками. Дети постарше доверчиво выпивали поднесенный им матерями сладкий напиток в одноразовых бумажных стаканчиках... Так мир воочию увидел исходящую от тоталитарных сект смертельную опасность. И до этого родители и близкие новообращенных членов новых религиозных движений жаловались на секты, «промывшие мозги» членам их семей и изменившие их до неузнаваемости [1, С. 19].

Таким образом, псевдорелигиозные неокульты, не без оснований, многие исследователи относят к деструктивным, тоталитарным, ибо они никакого права выбора не оставляют за привлеченными, обрушивая на них поток спецприемов, которые наносят физическому и психическому здоровью их членов большой, иногда непоправимый, вред; они угрожают государству и обществу разрушением и нестабильностью.

В итоге, следует предположить, что деструктивной может оказаться любая авторитарная организация – религиозная и светская (политическая, просветительская, спортивная, ком-

мерческая, оздоровительная и т.п.), которая целенаправленно использует в своей практике систему способов привлечения и методов обработки своих членов без их добровольного согласия, скрыто воздействуя на их сознание, чувства и волю. За всем этим нет никакого духовного содержания, а скорее коммерческий расчет.

Здесь должны вступать в силу правовые механизмы защиты прав и безопасности личности, что не полностью реализуется в современном обществе. В тоже время нельзя перекладывать ответственность на внешних субъектов. Защитить себя от негативного влияния, в полной мере человек может только сам – на уровне критического восприятия и оценки окружающей действительности, формируя способность объективно оценивать информационные потоки, все более увеличивающиеся в современном медийном пространстве.

В противоположность сектам, для традиционных религиозных направлений вовлечение все новых и новых последователей не является основной задачей. С другой стороны, и обыкновенно люди не ищут секту, чтобы стать ее адептом. *«Секты ищут людей, чтобы завербовать их»* [1, С. 47]. Вовсе не обязательно переживать состояние потерянности, депрессии или неуверенности в себе, чтобы попасться на вербовочные приемы секты.

Сам факт вербовки также опосредованно определяет характер секты. Если необходима вербовка, то в большинстве случаев, можно утверждать, что секта носит тоталитарно-коммерческий характер. Вербовка может производиться как незаконными средствами – посредством гипноза, введения в транс, наркотическими веществами, посредством принуждения и угрозы расправой и т.д., так и вполне обычными, легитимными средствами – выпуском газет, в теле-радио эфире, раздачей листовок и литературы, поведением разных семинаров, замаскированных под что-либо от коммерции до образования и тренингов саморазвития, благотворительностью.

Всю вербовку можно разделить на несколько этапов, в основе которых лежит комплекс специальных психологических приемов, именуемый манипуляцией сознанием (контролем сознания), с целью подавления воли человека и контролирования его мыслей, чувств и поведения.

Исследователи выделяют следующие этапы вербовки [5, 6]:

*Этап 1: Соблазнения и нахождения жертвы.* Стресс, депрессия, отчаяние и уныние, нестабильность, потеря ориентиров – это общая характеристика цели вербовки. Сектанты могут позвонить в вашу квартиру, подойти к человеку на улице и начать говорить «за жизнь или просто по душам», расскажут, что вы умны и перспективны. Далее пообещают помочь найти истинный смысл жизни и вручат полиграфическую литературу.

В результате можно ожидать, что объект вербовки окунается в теплую сердечную атмосферу группы, где его окружают псевдозаботой и вниманием, дают почувствовать свою значимость, дают простые и привлекательные ответы на вопросы существования (жизнь, смерть, болезнь...), «гарантируют» счастье, свободу, знание.

*Этап 2: Нейтрализация логического мышления.*

После входа в секту, для достижения обещанных ранее благо новообращенному адепту необходимо выполнять ряд духовных и физических действий, как пример постоянное чтение молитвы. На этом этапе требуется и неукоснительное подчинение старшему, и полное соблюдения правил и заветов. Главное не оставить времени на любое размышление. На этом этапе еще любезничают для полного вхождения, но любое непослушания будет наказано. Так же обязательным становится пожертвование.

*Этап 3: Групповое воздействия и начало ухода из общества.*

На данном этапе убираются декорации терпимости учения секты в отношении внешнего мира: общество представляется исключительно как место гибели, медицина – бесполезной, психиатрия – опасной, различные религии – ложными, политика – устарелой. Семья и государство объявляются помехой для спасения, и члены секты освобождаются от обязанностей по отношению к ним. Адепт подвергается постоянной обработке и за непослушания наказывается все более жестоко.

Все, кто критикует секту, представляются негативно, как опасные, выступающие против прогресса человечества. Членам группы разъясняют, что «общество сопротивляется, у него есть свои привычки, свои интересы, вам не поверят, вас будут преследовать – но именно это и есть доказательство, что именно вы эксклюзивный обладатель истины. «Не так ли было с большинством

праведников?». Получается, что чем большее сопротивление встречает член секты, тем более глубоко он вовлекается в группу. А советы искренне обеспокоенных близких – теперь методично устранены, и не воспринимаются человеком.

*Этап 4: Полный уход от мира.*

Адепт становится полностью зависим от группы, ведь только они понимают его. При помощи жесткой дисциплины, явных и завуалированных угроз, чередования наказаний и наград, постоянно поддерживаются чувства вины и страха перед внешним миром и личной вины перед группой, чувство собственной беспомощности заставляет сектантов остаться, плыть по течению.

Счастье, свобода, богатство обещаются на каждом этапе. Член секты соглашается терпеть лишения еще большие, чем он уже перенес, поэтому каждый раз он говорит себе, что было бы глупо отступать, когда стоишь так близко к цели, тогда все его страдания (а в частности, и деньги) пропадут впустую. Чем более член секты страдал, тем более он готов страдать еще больше.

Все четыре описанных этапа направлены на то, чтобы стремительно и нерасторжимо влить человека в группу и искалечить его сознание. Адепты оказываются полностью подчиненным слепо и безоговорочно повинуются и способны превратиться в опасных фанатиков.

Важно упомянуть и о том, что вербовка не происходит в каких-либо, специальных местах, по аналогии, например, с криминальными районами любого современного города. Когда, стараясь не бывать в этих районах, возможно отчасти обезопасить себя.

*Места для вербовки просты и разнообразны:*

– Социальные сети. Являются наиболее эффективным и широким по охвату инструментом по вербовке. Поиск проводится так же как и при личном, ищутся люди в основном подростки. Такой метод применяется и террористическими организациями.

– Школы и университеты и т.д. Такие случаи не редки, вербовка может производиться скрытно под видом любой информации, беседы.

– Места заключения. Это может быть как и помощь в освобождении, так и поддержке их в заключении.

– Людные места. Самый простой способ из всех, можно назвать это охотой или рыбалкой. Циничные вербовщики, например, могут использовать районы возле больниц, хосписов и т.д., потенциально предполагая у части посетителей естественную тревогу, мысли о жизни и смерти, близкий экзистенциальный опыт.

#### Литература

1. Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты. Опыт систематического исследования. Изд. 3-е, перераб. и доп. – Н. Новгород, 2002. – 702 с.
2. Григорьева Л.И. Ушедшие в «город Солнца» // Сектоведение, лжерелигии и суеверия -<https://pitanov.livejournal.com/394302.html> 01.11. 2018 г.
3. Васильева Е.Н. «Культ» и «секта»: проблема разграничения // Религиоведение, 2007. – № 3. – С. 86-92.
4. Сектовед. Сайт о сектах, лжеучениях, и деструктивных культах. – <http://www.sektoved.ru/> 01.11. 2018 г.
5. Кантеров И.Я. Религиозные меньшинства как объект серьёзного изучения, а не стигматизации Выступление на съезде Независимой Психиатрической Ассоциации России (2004) // Независимый психиатрический журнал. – 2004. – № 4.
6. Дворкин А.Л. Десять вопросов навязчивому незнакомцу, или Пособие для тех, кто не хочет быть завербованным. – М., 1998. – 44 с.

#### Лифанов С.А.

#### Нетрадиционные религиозные культы: методы вербовки деструктивных сект

**Аннотация:** Секты являются по существу оппозиционным течением, противопоставленным традиционным господствующим направлениям; кроме того, они подразумевают наличие социальных проблем среди определенных социальных групп. Секта отчасти представляет собой заблуждение человека в социально-опасной среде. Существует большое разнообразие сект. Псевдорелигиозные течения используют достаточно действенные средства, которыми привлекают к себе последователей.

**Ключевые слова:** религия, секта, вербовка, традиции, современность, религиоведение.

#### Lifanov S.A.

#### Non-traditional religious cults: methods recruitment destructive sect

**Abstract:** Sects are essentially oppositional movements opposed to traditional dominant directions; in addition, they imply social problems among certain social groups. The sect is partly a delusion of a person in a socially dangerous environment. There is a wide variety of sects. Pseudo-religious currents use quite effective means by which followers are attracted to themselves.

**Key words:** religion, sect, recruitment, traditions, modernity, religious studies.

**Лифанов С.А.**

**Дәстүрлі емес діни діндер: деструктивті секталарды жинақтау әдістері**

**Аңдатпа:** Секта – бір діни ағымдарға бағытталған оппозициялық ағым; сонымен қатар, ол белгілі бір әлеуметтік топтардың әлеуметтік наразылығын мағыналайды. Секта – беймаза күйдегі адамның әлеуметтік қауіпті ортада ада-суы. Сектаның тармағы көп. Аталмыш жалған ағымдардың өздеріне еліктіріп әкететін мықты тәсілдері бар.

**Түйін сөздер:** дін, секта, жалдау, дәстүр, қазіргі заман, дінтану.

**Muldasheva A.T.**

### **Immersive Journalism in Mediareality**

The phenomenon of media realism is polyionic. In this sense, he is the subject of a study of media philosophy. Here, this phenomenon is considered in a narrower context of cognitive changes in the perception of reality, introduced by digitalization of media. Therefore, it is convenient to consider the dynamic collage of frames (segments) of the event flow as an informal model of media realism.

The emerging theoretical ideas about actual and media realities are historically mobile and can hardly be final. For example, the widespread point of view is that the basis of the knowledge system reflecting the reality is confidence in the existence of objective laws of the physical world that are independent of the knowing subject. If we accept this principle of “pure empiricism” as a given, then the fundamental basis of media realism is to recognize the elementary events caused by sensory interaction with the external environment. We owe the complete perception of the external world to the distribution of information between the five modalities of our system of sensory experience. Under the conditions of “merging” of the signals of all analyzers, an illusion of immersion arises, i.e. the cognitive immersion of the individual in the full-dimensional space of the primary media-rationality. The media gadget calls this effect the “process of mediation.”

Based on this effect, immersive technologies allow expanding traditional ideas about the “new” media reality, its potential and limitations. In this regard, two types of problems are discussed. One of them is caused by the tasks of media design of an immersive environment for creating a complete system of immersive effects for a mass audience. The second is related to finding ways to enhance immersion in experimental virtual learning systems.

The natural process of mediation serves as the physical basis for constructing mediasystems or mediation machines that produce generalized secondary secondary realism texts. According to M. McLuhan, the phenomenon of media realism can be understood as

an instantaneous expansion of some physical or mental potency that manifests itself at the moments of production and consumption of information. According to the same concept, the informative parameters of the media environment, messages and meanings are interdependent. Indeed, the progress of new media has repeatedly increased the size of the arrays and the rate of exchange of data generated by multimedia. The emerging turn to the immersive technology required the creation of even more resource-intensive formats for the delivery of more and more complex content – not multimedia, but already multimodal, representing the configuration of events with the highest possible detail.

The completeness of representation is the most important qualitative characteristic of the media environment. Traditional message carriers – text and speech – at the level of the syntactic structure represent linear (one-dimensional) communication media. Telegraph text, for example, is well suited to consistently transmit the chronology of events. The verbal message carriers used for this reduce the entire sensory experience to a linear string of characters. More precisely, all the diversity of cultural experience comes down to a one-dimensional projection, before it gets a full-scale view with the help of thinking operations. Although a media environment with a single modality is economical, it is potentially vulnerable from the point of view of sensory deprivation (informational hunger), which can occur with limited access to an object. As a result, sensory conflicts, disorientation, and other cognitive impairments may appear.

Vision is the most important and most studied channel for perceiving information and supporting imagination. Therefore, attempts at technical expansion of the boundaries of reality began precisely with the visualization of the narrative. The first generation of video communication technologies was multimedia, a technological mixture that added to the alphanumeric representation of events their image on the screen plane, and then the sound. The next technological step is the transition to a virtual communication environment, or, alternatively, to virtual reality technology (hereinafter referred to as the Criminal Code). This technology was the beginning of the development of new dimensions of the media space. Attention to the technique of constructing a media space is interpreted by media philosophy as a “media turn”, which has affected systemic strategies for social and humanitarian research in general.

The new trend shifted the attention of developers from the production of linguistic descriptions to the production of 3.0-graphics and demanded new methods of designing a virtual narrative, including its special objects – topos (“digital scenes”), reproducing verbal descriptions of the depth of space. “Depth is a parameter in which things and elements of things are nested inside each other, while width and height are parameters in which things are located side by side.”

So, to create the illusion of depth in the UR systems, holographic methods are used to generate volumetric images, the use of retinal displays, etc. In many cases, the UR is characterized by the rejection of an external display to block access to physical reality, because visual isolation enhances the psychological accuracy of illusions. It is clear that the more precisely the parameters of the UR environment are matched with the morphology of the human “sensory body”, the more reliable is the reproduction of the event field.

Currently, one of the leading trends in the field of new media is set by immersive journalism (immersive media). The technology platform of this area of innovation has become an enhanced virtual reality environment in terms of immersion. This is a converged technology platform that combines the physical principles and mathematical methods of simulating reality with the help of computing devices that cause the full effect of immersing a user compared to a conventional CM. Immersive media impedes the partial experience of an external observer of events by internal observation, i.e. integral experience from the first person – the reporter. Thus, immersive media is distinguished by a high degree of completeness and psychological authenticity of the narrative. This gave grounds for practicing journalists to call the Criminal Code “an empathy machine.”

In the future, the synthesis of the phenomena of reality and knowledge in the immersive CC systems will allow “blurring” the boundaries between individual real-world events and their machine imitation, creating a mixed virtual world. Despite the half-century history of creating VR, the possibilities and risks of the long-term influence of immersive media on the individual’s cognitive behavior are not well understood. Such systems are essentially a product of technological convergence and require complex analysis. Strategic research in this direction began, in particular, the Institute of Creative

Technologies (Institute for Creative Technologies), created in 1999 on the initiative of the US Department of Defense.

In studies of new media, immersive journalism (immersive media) is understood as such a technique of presenting digital content that benefits the user from the elements of the virtual environment. It usually includes, in addition to powerful graphics systems, special peripherals (gloves, trackers) and VR displays mounted on the head of the HMD (Head Mounted Display) device in the form of glasses or helmets. The study notes that the most common goal of immersive technology is to create a direct connection between content and its perception for deep immersion into the event-driven environment of stories. The essence of the immersion effect itself is that it changes the viewer's perception of his own position in relation to the media image, i.e. turns him from an external observer into an internal one. There may be a number of associated psychological effects, such as a sense of presence, penetrating communication, participation (in interactive environments).

Today, journalists are only experimenting with PL systems, mainly with HMO-devices, in order to understand the requirements of the narrative for the narrative, as well as to assess the technological possibilities and limitations of virtual communication. This can be done, for example, on the pages of an introductory online UY course for journalists from the University of Texas. The ultimate goal of immersive technology is to create a complete illusion of the presence in the virtual representation of media events. Some researchers believe that the media reality of virtual communication is a natural phenomenon of the long-term evolution of traditional mediation machines, which in a broad sense are essentially virtual. It is easy to see that the history of the search for new communication media is nothing more than the construction of biosensor interfaces of deep communication. Transmitting ever smaller details of perceived information, such an interface enhances the sensory realism of events. The history of UY technology continues for more than half a century and, as it has long been noted, it becomes the universal media channel of communications of the future.

In the cited articles on immersive journalism, it is noted that the creation of an absolutely transparent interface necessary for in-depth communication is unlikely in principle. This is just a hypothetical

goal of immersive technology, requiring complex research on communication theory, cognitive psychology, media design, etc. “Amedial” way to transfer the experience of the eyewitness.

The current state of immersive journalism as part of media production represents the stage of trial operation of technical solutions. Therefore, the need for a long-term program of interdisciplinary theoretical research for the design of new media extensions in a virtual environment is noted by many experts.

One of them is represented by experimental and theoretical studies of the so-called presence effect. It is often defined as a special communicative state, which causes illusory sensations of credibility and authenticity of the scene of events, i.e. staying observer “on the other side” of the display of virtual reality.

Another, possibly the most in-depth area of research is related to what the creators of earlier versions of VR called the “physics” of virtual reality. In the author’s interpretation, these are psychophysical models of the cognitive theory of perception, although in a broader understanding of VR production methods, it would be more accurate to speak about the metaphysics of discrimination and dependence of presence on immersion. After all, immersion is a method of compensating for the incompleteness of audiovisual representations, which are characterized by the feeling of the absence of events being represented.

According to A.A. Gavrilova, narrative in general and journalism, in particular, deal with the representation of the world of human experiences, including the experience of bodily activity necessary for an adequate understanding of the same narrative<sup>2</sup>. Therefore, he sees the hidden potential of immersive journalism in the transfer through technological affordans (embedded instructions) of the virtual environment of the elements of tactile intelligence, which allows it to be connected to the audiovisual intelligence. The author appeals to the opinion that “the existence of bodily activity is necessary for understanding spatial experience. The primary form of the direction of action is the intention of the body, bodily orientation, which initially gives us a holistic sense of space and time, mediated by all the higher personal forms of directed activity, primarily by will and judgment.” Truly intellectual behavior is the composition of a complex game of neural ensembles, a manifestation of bodily activity

and auxiliary “stage” props. Such a virtual scene, in which a mass audience can experience not only the living experience of presence, but also the experience of virtual participation, serves as an immersive environment.

An important interdisciplinary area of research for new media is also the transition to the robotic production of “texts” of cross-medial narrative that meets the requirements of compatibility with the virtual environment. In the first approximation, neglecting the difference in genres, the narrative can be understood as a specification of traditional experience using linear temporal relations of the text. Currently, the narrative paradigm is recognized as the main form of translation of experience, educational technologies and understanding of the world. Due to the high universality, the narrative is easily integrated with the expansion of verbal communications with elements of visual and sound series. The next step is the task of creating a full-size virtual narrative, broadcasting also kinesthetic experience.

Historically, narrative texts have always been aimed at informing the audience for a deeper understanding of the relationship of reality. Therefore, adherents of immersive journalism see in the Criminal Code a suitable platform for the production of new models of narrative, in particular, visual, and with it a more complete media reality.

Finally, last but not least, the field of immersive media research is related to its compatibility with the code of journalistic ethics. This code is not universal. His instructions depend on the social role assumed by a journalist or agency – an informant, interpreter, or civil defender. Basic codified values - the desire for thoroughness of material selection, accuracy and transparency of content. It is known that each generation creates its own journalism, in which the meaning of the message increasingly depends on the progress of the technological capabilities of its iconic media. According to the concept of “human expansion outside”, this pattern brings us closer to the “technological simulation of consciousness”. At the same time, the ethical norms of journalism remain practically unchanged for different countries, cultures and political systems.

This gives hope that the role of journalism as an unbiased guardian of public interests will at least partially remain in the all-pervasive environment of virtual reality. At the same time, the language and mechanisms of mediation of the Criminal Code do not in themselves

guarantee full compatibility with the principles of realism and transparency. It is not by chance that the art of creating a presence in the Criminal Code has the status of producing illusions of place, time and likelihood. Among the developers of CC systems, sometimes they talk about the technologies of manipulating the brain and deceiving the feelings that generate the so-called “consensus of hallucinations”. As the authors of this study note, news reports carry the hidden features of imitation: news is presented in a picture language, often not impartially, television teams edit and control the broadcast material, etc. Due to the continuity of the modernization process, there are no absolutely “clean” technological solutions, but there is always a technogenic mixture of traditional and developing technological trends. The potentially limitless possibilities of avant-garde digital solutions can provoke “soft” distortions in the display of reality. In fact, this means the possibility of a smooth control of the boundary between the imitation of reality and its authentic display. Therefore, the search for a balance between the “depth of immersion” and reality, between show business and news service, the preservation of a critical look at the relationship of the media image with reality, remains an “eternal” ethical issue for any media.

One of the main trends in the creation of technological learning environments, including the training of future new media professionals, is the organization of a functionally complete interactive environment. A promising approach to solving the problem is to provide multimedia content using the UY technologies. The practice of partial transfer of learning processes to virtual 3B-space contributes to the development of students’ constructive thinking style and spatial imagination. UY technologies have already proven their effectiveness in training technical specialists – engineers, designers, pilots, etc. It was with the creation of flight simulators that the UY systems began to penetrate e-learning. Nowadays, the design of educational 3B content has become a popular creative profession not only among mathematicians and programmers, but also among humanities specialists.

In this regard, the experience of introducing various VR technologies into pedagogical practice of problem-based learning and its expansion, known as Inquiry-Based Learning (IBL), deserves attention. Such techniques in combination with VR technologies open up the possibility of transferring educational processes to arbitrary

“field conditions”. Going beyond the limits of the traditional class mobilizes students’ cognitive activity. Virtual learning sites may represent libraries, museums, installations and other remote media objects, direct access to which is limited. It is believed that the learning effect of VR systems is based on a combination of mediamerging and stimulation of student search activity, due to which the necessary experience is accumulated faster, and the acquisition of knowledge takes place in a visual and engaging interactive form. It is not difficult to understand that the potential opportunities and challenges of a new technology, among other factors, are determined by the technical characteristics of the VR devices used, which, among other parameters, differ in cost. The authors of the cited study experienced the capabilities of three types of the most budgetary VR display devices (displays), while highlighting three degrees of immersion depth in a virtual environment.

To achieve a high degree of immersion, a display that is built into the user’s headset (such as the Oculus Rift headset) is required. In addition, to play content deep VR also requires a fairly powerful computer, a VR controller and stereo headphones (optional).

Achieve a mid-level immersion, for example, by creating a stereoscopic vision effect. This is easily done in split-screen mode, for example, using a Samsung Galaxy SIII mini smartphone, which is able to execute VR applications and VR-360 video, as well as work with a headset or viewer (like Google Cardboard Points).

Finally, for “everyday” immersion in the mobile VR environment, you can limit yourself to a smartphone or a tablet powerful enough to run VR applications and play VR-360 video. The choice between these technologies essentially represents a compromise between the physical completeness of the virtual environment and the availability of equipment. According to the authors, the learning effect is already apparent with a moderate degree of immersion. In this mode, it is possible to create both individual and group VR projects in the field of decorative and applied art, media design, 3D photography, etc.

In a virtual environment, the role of the teacher changes. One of its new tasks is to design the most complete (multimodal) virtual environment and create group immersion scenarios. The function of the lecturer gives way to the role of a guide, which enhances (facilitates) the psychological effect of group communication with

the virtual world<sup>2</sup>. Theoretically, VR technology is bundled with subjects from any university programs, be it journalism, a foreign language, design, or astronomy. Examples of collective VR scenarios can serve as ordinary excursions to museums and galleries, as well as expeditions: underwater tours, spacewalks, etc. VR scenarios are becoming an indispensable tool for imitating emergency situations that have become a specific subject of extreme journalism – natural disasters, military conflicts, terrorist attacks, etc.

#### References:

1. Amzin, A. Internet news journalism [Text] / A. Amzin. – M.: Aspect-Press, 2013. – 144 p.
2. Blagov, Yu.V. City culture and its features [Text] / Yu.V. Blagov // City culture and a city in culture: Materials of the All-Russian scientific-practical conference. – Samara: SGAKI, 2012. – p. 396-398.
3. Blagov, Yu.V. People of the bottom in the journalism of Vladimir Gilyarovskiy [Text] / Yu. V. Blagov // Proceedings of the XIV International Scientific and Practical Conference “Tatiro-Shchevsky Readings: Actual Problems of Science and Practice” // Humanitarian and Social Sciences, Education: in 4 volumes. Volume 3. – Tolyatti: Volga University named after VN Tatishcheva, 2017. – p. 192 – 194.
4. Bocharov, G. Scientific journalism in Russia and abroad [Text] / G. Bocharov // In defense of science. – 2009. – №5. – pp. 61-65.
5. Vartanova, E.L. About modern media and journalism. Notes of the researcher [Text] / E.L. Vartanova. – M.: MediaMir, 2015. – 136 p.
6. Vartanova, E.L. From a social person to a media person? [Text] / E.L. Vartanova // From the book to the Internet: ten years later. – M.: Media-Mir, 2009. – P. 3-15.
7. Vyrovtsseva, E.V., Isakova, T.B. Formation of the author’s style of a journalist in the learning process // Bulletin of the Volzhsky University named after VN. Tatishcheva. – 2017. – № 2, volume 1. – p. 125 -131.
8. Gavrilov, A.A. Media reality as a type of virtual reality [Electronic resource]. / A.A. Gavrilov // M.: Diploma, 2013. – Access mode: <http://gramota.net/materials/3/2013/11-1/7.html> (circulation date: 03/09/2017).
9. Journalism and convergence: why and how traditional media are transformed into multimedia [Text] / ed. A.G. Kachkaevoy. – M.: Focus – Media, 2010. – 200 p.
10. Isakova, T.B. Journalistic education in the context of modernization [Text] / T.B. Isakova // Bulletin of Chelyabinsk State University. – 2015. – № 5 (360). – p. 383-388.
11. Korotkova, E.N. Multimedia communication media: content and technology [Text] / E.N. Korotkova // News of the Russian State Pedagogical University. A.I. Herzen, 2008. – №70. – p. 201-205.
12. Kulchitskaya, D. The development of the idea of multimedia in culture and journalism [Text] / D. Kulchitskaya // Medi @ lmanakh. – 2011. – № 2. – p. 14-19.

**Анатпа:** мақала отандық және шетелдік зерттеушілердің теориялық көзқарастарын виртуалдандыру технологиясын зерттейді және қоршаған ортаның әртүрлі нысандарына медиалық, әлеуметтік, когнитивті әсер ету жодарын қарастырады. Бұл құралды бұқаралық ақпарат құралдарында және білім беру практикасында пайдалану тәжірибесі әлі де жеткіліксіз болғандықтан, оның жүйелік-теориялық түсінігі үшін мүмкіндіктер шектеулі. Сондықтан, терең журналистиканың негізгі пәнаралық алғышарттары ғана медиализдік және технологиялық болып саналады. Сіңіру процедурасымен байланысты негізгі психологиялық жағдайларды бөліп көрсетуге болады. Осыған байланысты медицина зерттеушілері қолданатын жана құбылыстармен қатар, виртуалды медиа реализмінің әлеуметтік-техникалық феноменінің генезисіне түсінікті болуына ықпал ететін терминологиялық аппарат талданады. Практикалық журналистикада оны қолдану перспективаларына баға беріліп, оларды білім беру технологияларында қолдану артықшылықтары мен кемшіліктері талданады.

**Abstract:** the paper studied and systematized theoretical approaches of domestic and foreign researchers to virtualization technology as instrumental object of study, rendering an active influence on the various forms of the surrounding reality – display, social, cognitive. Because the experience of using this tool in the media and educational practice is still insufficient and limited the opportunity for his system-theoretical understanding. Therefore, considered only a basic interdisciplinary background immersive journalism – medial and technological. Main psychological States that accompany the process of immersion. In this regard the author analyzes the terminology, which together with the new developments included in the everyday life of medicolegally, contributing to clarifying the Genesis of a socio-technical phenomenon of virtual reality. Provides assessment of the prospects of its application in practical \_ journalism, analyzes the advantages and disadvantages of using educational technology direction for further research.

**Key words:** immersive journalism, media reality, virtual reality, narrative, media, technology, content, media environment.

**Аннотация:** в статье изучены и систематизированы теоретические подходы отечественных и зарубежных исследователей к технологии виртуализации как инструментальному объекту исследования, оказывающему активное влияние на различные формы окружающей реальности – медийной, социальной, когнитивной. Поскольку опыт применения этого инструмента в медийной и образовательной практике еще недостаточен, ограничена и возможность для его системно-теоретического осмысления. Поэтому рассмотрены лишь базовые междисциплинарные предпосылки иммерсивной журналистики – медиальные и технологические. Выделены основные психологические состояния, сопутствующие процедуре иммерсии. В этой связи анализируется терминологический аппарат, который вместе с новыми явлениями входит

в обход медиаисследователей, способствуя внесению ясности в генезис социотехнического феномена виртуальной медиареальности. Даются оценки перспектив его применения в практической журналистике, анализируются преимущества и недостатки использования в образовательных технологиях – направлении дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** иммерсивная журналистика, медиареальность, виртуальная реальность, нарратив, мультимедиа, технологии, контент, медиасреда.

Нурбекова А.Б.

### **Концепция сохранения конкурентоспособности телевизионной рекламы в эпоху массового информационного потока**

Данная научная статья создана с целью раскрытия потенциала концепции телевизионной рекламной деятельности в условиях наличия конкурентоспособной среды. Актуальность выбранной темы заключается в наличии нескольких крупнейших рекламных потоков высокого качества, способных занять лидирующую нишу в данной отрасли. Как известно, телевизионная реклама в течении довольно крупного исторического периода времени занимала лидирующую нишу, оставив далеко позади печатную рекламную деятельность. Основными преимуществами телевизионной рекламы по сей день являются:

1. Низкая избирательность, способная воздействовать на широкую аудиторию. Согласно статистическим данным, 51% процент казахстанцев задействованы в непрерывном просмотре телевизионного контента, то есть, досматривают один материал от начала и до конца. В фоновом же режиме телевизор включен у 56% процентов казахстанского зрителя. Тем самым, можно отметить, что телевидение и повседневная жизнь доброй половины казахстанцев связаны основательно.

2. Воздействие на целевую аудиторию. При кажущейся простоте и доступности вещания, телевизионный контент всегда собирает исключительно заинтересованную аудиторию. Это облегчает деятельность рекламодателей, которые тем самым могут подобрать необходимого им потребителя для презентации выпускаемого продукта или оказываемой услуги. Перефразировав доступным языком, это можно обозначить как «в перерывах программы о рыбалке – следует показывать рекламу рыболовных снастей».

3. Одновременное воздействие на визуальный и аудиальный каналы восприятия информации. Этим объясняется высокая стоимость телевизионных рекламных роликов.

С помощью простейшего анализа причинно-следственной связи мы переходим к главному недостатку телевизионной рекламной деятельности: высокая стоимость оказываемых услуг.

С развитием интернет-пространства у работодателя появился выбор: интернет-реклама с относительно низкой стоимостью, но без гарантий высокого качества, или полноценные телевизионные рекламные ролики, где концепция «цена – качество» вполне себя оправдывает и работает в прямой пропорциональности.

Если взглянуть на примеры коллег – рекламных специалистов из ближайшего зарубежья, можно приметить интересную тенденцию. Например, в России до 2010 года замечалась тенденция постоянного роста объема затрат в структуре рекламного рынка. Но столь ли это оправдано в условиях эпохи новейших медиа, где вирусная реклама может создать гораздо более высокий спрос на продукт, чем тщательно проработанный телевизионный рекламный кейс?

Рассматривая на общей картине взаимосвязь концепции «реклама-прибыль», можно отметить, что большая часть производителей продолжают выделять самую крупную долю рекламного бюджета на телевизионные ролики.

Как мы видим, отрасль вполне способна держать конкурентоспособную нишу на ближайший период времени. Однако для устойчивого развития телевизионной деятельности необходимо предпринять ряд мер, указанных в этой научной статье.

Объект исследования – телевизионная реклама. Предмет исследования – концепция развития телевизионного контента. Целью данной статьи является создание концептуальных новинок в телевизионной отрасли рекламной деятельности. Основная задача работы заключается в изучении проблематики конкурентоспособного сосуществования телевизионного рекламного контента.

Для решения поставленных в ходе изучения задач нами использовались теоретические методы исследования: SWOT-анализ, абстрагирование.

Рассматривая на общей картине взаимосвязь концепции «реклама-прибыль», можно отметить, что большая часть производи-

телей продолжают выделять самую крупную долю рекламного бюджета на телевизионные ролики. Данные рисковые действия в условиях современной макроэкономики являются оправданными.

Практической, прикладной значимостью данного исследования также является факт возможности широкого применения данной темы на предметах специальности «связь с общественностью», а также в смежных к ней специальностях.

Значимость и устойчивое развитие телевизионной рекламы являются центральным предметом исследования многих PR и рекламных специалистов еще со времен зарождения этой отрасли. Соответственно развитию масштабов влияния телевидения на целевую аудиторию, реклама на ТВ все больше становилась явлением гораздо большим, чем «красивая видео-презентация» продукта. В этом исследовании мы изучили мнения и гипотезы, выдающихся PR и рекламных специалистов с разных временных отрезков.

Английский рекламный агент Дэвид Огилви утверждал, что «Никому еще не удалось выявить взаимосвязь между высокими отзывами о телерекламе и уровнем спроса». Однако, зная, что его деятельность в рекламе пришла к периоду еще до начала двадцать первого века, можно утверждать, что современные методы исследований позволяют учесть спрос целевой аудитории. Проведя качественные и количественные анализы, изучая настроения фокус-группы, проводя опросы, анкетирования и мониторинга, а также владея точной информацией о сетке вещания телеканалов, можно выявить прямую взаимосвязь между телерекламой и желаниями потребителя.

Нейл Макелрой, американский бизнесмен, изучивший еще до 70 годов прошлого века важность телевизионной рекламы для устойчивого развития бизнеса, однажды отметил, что «Если, включив телевизор, вы видите фильм с хорошими актерами, увлекательным действием и остроумным диалогом – это скорее всего реклама». Тем самым, мы отмечаем актуальную истину: телевизионная реклама всегда будет отличаться исключительно высоким качеством, и является интеллектуальным трудом целой команды профессионалов. В этом ее безусловное преимущество перед интернет-рекламой, тем более, перед продвижением товаров через «блогеров» и «диджитал-инфлюенсеров».

Клод Хопкинг в своих трудах раскрыл потенциал рекламы, в том числе и телевизионной, с научной точки зрения: «Пришло время, когда реклама в хороших руках становится наукой. Как и всякая наука, она основана на законах и точных величинах. Как и во всякой науке, причины и следствия в рекламе изучаются вплоть до полного их понимания. Правильные приёмы испытаны и прошли проверку жизнью. Нам известны наиболее действенные из них, и мы строим свою работу по нескольким основным законам. Реклама, которая когда-то была малопредсказуема, после наработки правильных к ней подходов превратилась в один из самых надёжных видов бизнеса. Редко какая коммерческая деятельность, при равных возможностях, связана со столь незначительным риском».

Разумеется, рассматривая с точки зрения выгоды непосредственного для специалистов по рекламе, следует учесть важность развития всех отраслей рекламой деятельности. Однако, в этой научной статье нам важно раскрыть причинно-следственные связи проблематики и развития телевизионной рекламной деятельности.

Способы развития телевизионной рекламной отрасли в условиях современной конкурентной среды на первый взгляд довольно очевидны. Однако влияние интернет-рекламы растёт ежесекундно, и как любое вирусное явление, всемирная паутина продолжает делиться информационным потоком вне зависимости от первоначального желания рекламодателя. Важно отметить, что противостояние двух отраслей на самом деле создает благоприятную среду, в которой специалистам по рекламе предоставлены все возможности креатива и создания совершенно уникальных концепций. Приведем способы развития телерекламы, а также ответим на главный вопрос данного научного исследования:

1. В первую очередь, следует мониторить всякие изменения в поведении целевой аудитории. Например, презентуя продукт для молодежи, раньше было необходимо выкупать целые рекламные блоки на музыкальных телеканалах. Сейчас же главное заручиться информационной поддержкой «лидера мнений», человека, имеющего определенную репутацию среди молодежи. Для развития телевизионной рекламы необходимо привлечь данную личность в рекламные ролики главным героем, действующим лицом,

и т.д. Такое взаимовыгодное сотрудничество принесет большие плоды для дальнейшего развития деятельности телерекламы.

2. Создание максимально уникальных, креативных концепций. Сегодняшний зритель пресыщен информацией, получаемой от всех источников. Говоря простым языком «реклама стирального порошка с хвалящим его специалистом» не удивит нынешнюю аудиторию. С развитием инфо-потоків растет и интеллектуальная составляющая большей части населения, поэтому необходим креативный подход, который часто можно заметить в творениях французских коллег. Например, авторы ролика «Scandal» для бренда «Jean-Paul Gaultier» использовали два креативных приема: создали максимально уникальный сценарный план и создали лидера мнений целевой аудитории в качестве главной героини.

Телевизионная реклама, несмотря на относительно высокую стоимость и некую «эксклюзивность», продолжит занимать лидирующие позиции на рынке рекламных услуг еще долгое время. Ведь помимо качественного, профессионального концепта, она отличается и по другим важным пунктам: обеспечение высокой степени вовлеченности телезрителя в происходящее на экране, сильное психологическое воздействие на целевую аудиторию, контроль качества рекламных роликов, возможность исправить ошибки и недочеты еще до прямого взаимодействия со зрителем, вовлеченность сильной команды специалистов, исполняющих самые разные функции, тотальный контроль творческой команды в виде копирайтера и дизайнера, довольно непростой процесс утверждения концепта, тем самым повышающий эффективность конечного результата, и много другое.

Таким образом, в данной научной работе мы доказали возможность эффективного развития концепций телевизионной рекламной деятельности.

Телереклама способна не только интегрироваться в новую эпоху диджитал-медиа, но и может составить устойчивую конкуренцию развивающейся с космической скоростью интернет-рекламе.

#### **Литература**

1. «The language of television advertising», Michael L. Geis, Academic Press, New York

2. «The Spot: The Rise of Political Advertising on Television», Edwin Diamond and Stephen Bates. MIT Press, 1988
3. «Откровения рекламного агента», Дэвид Огилви, изд: Манн, Иванов и Фебер, 2012.
4. «Огилви о рекламе», Дэвид Огилви, изд: Манн, Иванов и Фебер, 2015.
5. «США: общество и реклама», О. А. Феофанов, Рипол Классик, 1974
6. «Введение в драматургию телерекламы. Учебное пособие», Г.М. Фрумкин, Академический проспект, 2005
7. «Cutting Edge Advertising: How to Create the World's Best for Brands in the 21st Century», Jim Aitchison, Neil French, Paperback, 1999
8. «The TV commercial: How it is made», Jon J. Conrad, Paperback, 1983
9. «Научная реклама», Клодд Хопкинс, Альфа-Пресс, 2000
10. «Проверенные методы рекламы», Джон Кейплз, Карьера-Пресс, 2012

### Электронные ресурсы

1. Рейтинги казахстанских телеканалов падают. Почему это происходит? – [informburo.kz](http://informburo.kz)
2. Телевизионная реклама, ее преимущества и недостатки. – [grandars.ru](http://grandars.ru)

**Аннотация.** В данной статье рассматривается концепция сохранности и устойчивого развития влияния телевизионной рекламы на массовую аудиторию. В статье также представлена проблематика сосуществования телевизионного контента в эпоху развития интернет-пространства. Цель работы – создание концептуальных новинок в телевизионной отрасли рекламной деятельности. Основная идея работы заключается в изучении проблематики конкурентоспособного сосуществования телевизионного рекламного контента.

**Ключевые слова:** телевизионная реклама, новейшие медиа, digital реклама, целевая аудитория, интернет-реклама.

**Nurbekova A.B.**

### **The concept of maintaining competitiveness of television advertising in the era of massive flow of information**

**Abstract.** This article discusses the concept of preservation and sustainable development of the influence of television advertising on a mass audience. The article also presents the problems of coexistence of television content in the era of the development of Internet space. The goal of the work is to create conceptual innovations in the television industry of advertising. The main idea of the work is to study the issues of competitive coexistence of television advertising content.

**Key words:** television advertising, new media, digital advertising, the target audience, Internet advertising.

**Нурбекова А.Б.****Ақпарат ағымы заманында телевизиялық жарнаманың бәсекеге қабілеттілігін сақтап қалу концепциясы**

**Андатпа.** Бұл мақалада теледидар жарнамасының жаппай аудиторияға әсерін сақтау және орнықты дамыту тұжырымдамасы қарастырылады. Сондай-ақ, мақалада ғаламтор кеңістігін дамыту дәуірінде телевизиялық контенттің өмір сүру проблемалары қарастырылған. Жұмыстың мақсаты – телекоммуникация саласында жарнамалық тұжырымдамалық инновацияларды құру. Жұмыстың негізгі идеясы – телевизиялық жарнамалық контенттің бәсекеге қабілетті өмір сүру мәселелерін зерттеу.

**Түйін сөздер:** телевизиялық жарнама, жаңа медиа, сандық жарнама, мақсатты аудитория, интернет-жарнама.

Попова А.А.

Научный руководитель: Тахан С.Ш.

## **Роль современной фотожурналистики в передаче информации и современная якутская фотожурналистика в медиасфере интернета**

### **Введение**

Издавна в средствах массовой информации фотография была и остается одним из ключевых элементов медиа материала. На сегодняшний день мы не можем себе представить газету или журнал, в котором отсутствует изображение, или телевизионные новостные трансляции, в которых не было бы видео. Эти медиа материалы были бы неполными без картинок [1].

Мир полагается на фотожурналистов, которые снимают убедительные фотографии, улучшающие и дополняющие новости. Изображения, сделанные фотожурналистами, должны обобщать то, что написано в материале. Хороший фотожурналист осознает, что, снимая событие, он поддерживает уровень общественного доверия, который не должен нарушаться [2]. Поэтому его изображения должны быть точными, своевременными и визуально стимулирующими, чтобы они помогли зрителям идентифицировать себя с рассказываемой новостью.

Основная цель работы фоторепортера заключается в том, чтобы рассказать историю через фотографию, точнее, передать правду через изображения, которые он запечатлевает своей камерой. Опытный фотожурналист не просто появляется на новостном мероприятии и делает несколько снимков, а его цель состоит в том, чтобы осветить важные вопросы и визуально донести их до широкой аудитории.

### **1. Известные фотожурналистские работы, повлиявшие на общую информационную картину мира**

Часто фотожурналисты рискуют своим здоровьем или даже жизнью, чтобы документировать происходящие в мире события. Подумайте о фотожурналистах, чья обязанность –

сделать достоянием общественности снимки с полей кровавых современных войн, сообщать об эпидемиях, потенциально грозящих всему человечеству, как это было с распространением эпидемии СПИДа в Африке, рассказать языком фото о голодающих детях и надругательствах над ними.

Профессия журналиста-фотографа чревата большими психологическими перегрузками, занимающийся этой работой человек нередко становится свидетелем бесчеловечных сцен, которые остаются в их памяти навсегда. Но настоящий профессионал в этой сфере журналистики всегда верен своему призванию, так как фотодокумент не заменит никакая другая форма подачи информации [1]. Высокая смысловая загрузженность, возникновение эффекта непосредственного участия в запечатлеваемом событии или, как минимум, вовлечение в переживание, побудившее сделать фотоснимок, – вот что лежит в основе социального значения деятельности фотожурналиста. Благодаря фотожурналистам, наглядно вскрывающим существующие в мире проблемы, зрители могут получить представление о том, что происходит в местах, о которых зритель ничего не знал или знал мало, не в состоянии их посетить, но события в которых, попав в объектив фотокамеры, особенно остро обозначили общепланетарный или, как минимум, государственный или цивилизационный масштаб увиденного фотожурналистом социально-политического неблагополучия [3].

Приведем несколько примеров фотожурналистских работ, повлиявших на исход общественно-политических событий в мировом масштабе.

Этот снимок (рисунок 1) не просто получил Пулитцеровскую премию в 1969 г., что само по себе свидетельствовало о признании профессионализма журналиста, он окончательно и бесповоротно изменил отношение американцев к тому, что происходило во Вьетнаме. Сцена выстрела разошлась по мировым СМИ и с пугающей откровенностью продемонстрировала американцам тот ад, что творится в далекой стране, дав мощный стимул для антивоенного движения в США. Этот знаменитый кадр вызвал не только переворот в сознании американцев в их отношении к вьетнамской войне, он изменил судьбу убивающего пленника генерала. Генерала, изображенного на фотографии слева, до

самого конца его жизни стало преследовать его прошлое. Ему отказали в лечении в австралийском военном госпитале, после переезда в США его хотели депортировать из страны, ресторан, который он открыл в Вирджинии, каждый день подвергался нападению [2].



**Рисунок 1** – Снимок американского фотографа Эдди Адамса, где офицер стреляет в голову закованного в наручники заключенного.

Нижеследующая фотография утонувшего сирийского мальчика была запечатлена фотографом агентства Reuters Нилуфером Демиром.



**Рисунок 2**

Фото утонувшего трёхлетнего мальчика-беженца из Сирии буквально всколыхнуло общественность, заставив власти Евросоюза обратить ещё большее внимание на проблемы мигрантов. Тело мальчика выбросило волной берег пляжа турецкого курортного города Бодрум 2 сентября 2015 года. Ребенок вместе с семьей был на судне, на котором несколько десятков сирийских беженцев пытались добраться до греческого острова. Однако лодка перевернулась, в результате чего погибли не менее 11 человек, в том числе юный Айлан, его пятилетний брат и их мать. Фотография вкупе с вербальной информацией о предшествовавших гибели ребенка событиях шокировала весь мир, она была опубликована практически во всех самых крупных печатных и интернет-изданиях [3].

Фотография ребенка, бездыханно лежащего на берегу, переполнила чашу терпения активистов и правозащитников, которые давно требовали от властей европейских стран помочь сирийцам, бегущим от гражданской войны в своей стране. Моментально этот кадр распространился на первых полосах всех ведущих европейских изданий с требованием обратить внимание на проблему беженцев.

## **2. Обзор якутской фотожурналистики**

В современном мире с появлением интернета, смартфонов и цифровой фотографии фотожурналистика стала более популярной и массовой, чем когда-либо. Одна из самых интересных субкультур фотожурналистики, появившаяся в последние годы – гражданская журналистика. Благодаря современным технологическим достижениям – цифровым камерам, ноутбукам и мобильным телефонам, оснащенным камерами, появились миллионы фотожурналистов-любителей. Крупные новостные агентства, такие как CNN, используют фотографии, сделанные гражданскими журналистами. Традиционные представления о возможностях фотожурналистики, ее роли подаче новостных сюжетов ломаются [1].

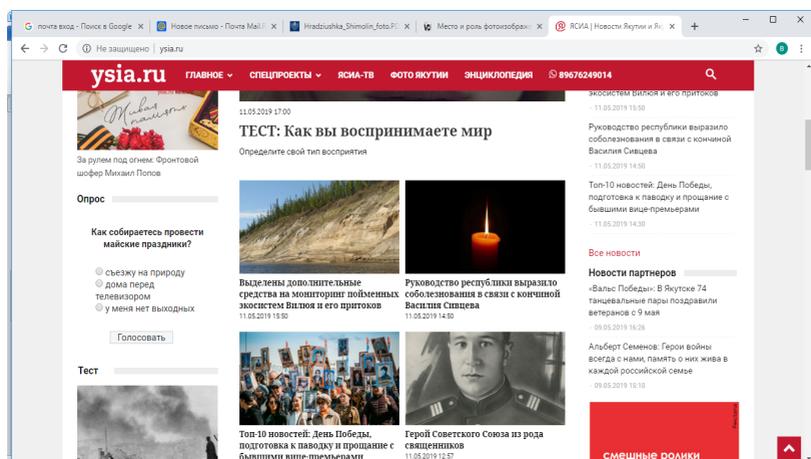
Изучая трансформацию подачи информационных материалов на электронных сайтах российских и региональных СМИ, можно заметить, что за последние несколько лет ситуация сдвинулась в сторону активной визуализации любой новости.

По современному стандарту при публикации новостей любой информационный сайт обязательно использует визуализацию текстовой информации.

В практической части мы рассмотрели электронные издания г. Якутска, так как у них гораздо больше возможностей наполнить новостные материалы качественными фотографиями. Прошло всего 10-15 лет, как в России, в том числе и в Якутии, пришло понимание того, что интернет – особая среда, которой свойственна мультимедийная подача информации. Начиная с 2004 года многие редакции Якутии стали реконструировать свои веб-ресурсы, создавать контент специально для интернета, размещать на сайтах фоторепортажи. Во многом это стало возможным благодаря увеличению скорости доступа в интернет.

Для того чтобы понять нынешнее состояние фотожурналистики в Якутии, мы проанализировали два известных электронных издания республики: «ЯСИА» и «Сахалайф». Преимуществом выбранных порталов можно назвать продуманный и наиболее профессиональный в национальном интернет-сегменте подход к созданию востребованного новостного продукта.

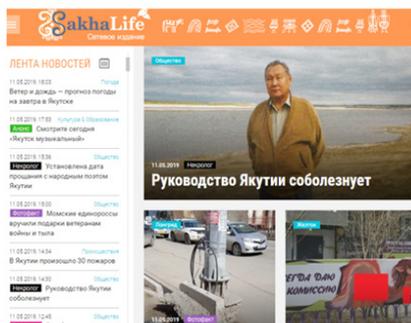
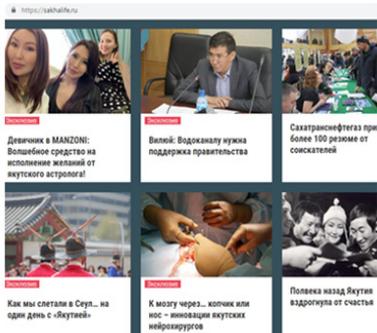
Порталы обладают штатом профессиональных журналистов, и редакции этих веб-ресурсов стремятся улучшать и разнообразить публикуемый контент за счет использования различных средств визуализации.



Издание ЯСИА на главной странице содержит крупные визуальные блоки, посвященные самым привлекательным с точки зрения читательского интереса новостям – так называемым главным материалам. В этом блоке, находящемся в основном поле зрения интернет-пользователей, материалы размещаются редакторами вручную, исходя из их значительности и злободневности. Каждый из них снабжается иллюстрацией, способной «зацепить» внимание и вызвать интерес. С уверенностью можно сказать, что если читатель рядом с заголовком видит привлекательную фотографию, он наверняка заинтересуется новостью. Кроме того, сайт имеет отдельную рубрику ФОТО ЯКУТИИ, где публикуют фоторепортажи с мероприятий, а также необычные фотографии, запечатленные читателями.



Во втором издании «Сахалайф» в самих заголовках часто используются слова «фоторепортаж», «фотофакт», «видеорепортаж».



Отличительной чертой издания является то, что Сахалайф чаще, чем остальные электронные СМИ республики, публикует фотографии, фотофакты, сделанные гражданами людьми. Например, фотофакт от горожан о том, как вечная мерзлота выталкивает фонарные столбы в Якутске, собрал более 80000 просмотров. Сайт активно держит обратную связь с читателями и ежегодно устраивает различные фотоконкурсы для своей аудитории.



Таким образом, современные интернет-СМИ невозможно представить без обилия цифровых фотографий. В отличие от газеты в сети никто не ограничивает число и размер фото. Если они способны качественно и более полно проиллюстрировать и объяснить, о чем идет речь в материале, публикация только выиграет от этого [2]. Представляя собой законченную, объективную, оперативную и наглядную форму новостной журналистики, фоторепортаж по праву занимает одно из ведущих мест в новостных лентах ведущих интернет-СМИ Республики Саха (Якутия).

### Литература

1. Место и роль фотоизображений в современных методах передачи информации [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/v/mesto-i-rol-fotoizobrazheniy-v-sovremennyh-metodah-peredachi-informatsii>
2. Голуб В. А. Проблемы современной фотожурналистики в контексте прогресса цифровых фотографических технологий // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. М.: 2012.- 122 с.
3. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов. М.: 2011. – 104 с.

**Аннотация:** в статье рассматривается работа фотожурналиста как одна из ключевых составляющих информационного материала, а также ее роль в раскрытии информации. Автором охарактеризована современная тенденция развития фотожурналистики, приведены примеры известных фотожурналистских работ, повлиявших на общую информационную картину в мире, а также приведен анализ якутских интернет-изданий «ЯСИА» и «Сахалайф».

**Ключевые слова:** фотожурналистика, Республика Саха (Якутия), якутская фотожурналистика, средства массовой информации, фотография, политика, Сахалайф, ЯСИА.

**Abstract:** The article looks into the work of a photojournalist as one of the key components of a media material, as well as its role in communicating information in media coverage. The author discusses the current trend in the development of photojournalism, provides examples of well-known photojournalist works that influenced the overall information picture across the world and analyses the Yakut internet outlets *Yasia* and *Sakhalife*.

**Key words:** photojournalism, mass media, photography, politics, international politics, YSIA, Sakhalife.

**Анатпа:** мақалада фотожурналистың жұмысы ақпараттық материалдардың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, сондай-ақ ақпараттың ашылуындағы рөлі талқыланады. Автор фотожурналистиканың дамуындағы қазіргі үрдіні сипаттайды, әлемдегі жалпы ақпараттық көрініске әсер ететін танымал фотожурналистика саласындағы танымал еңбектерді мысал ретінде келтіреді, айтарлық оларды ЯСИА және Сахалайф Интернет басылымдарынан көруге болады.

**Түйін сөздер:** фотожурналистика, Саха Республикасы, якуттардың фотожурналистикасы, БАҚ, фотосурет, саясат, Сахалайф, ЯСИА.

**Telmanova S.A.**

### **Rhetorical constructs in the American media discourse**

Media discourse – is a set of processes and products of speech activity in the field of mass communication in all the richness and complexity of their interaction.

In other words, the media discourse is a momentary cross-section of the linguistic and cultural state of society, because by its nature it reflects both the linguistic and cultural status of society.

Understanding rhetoric as an art of thinking and expressing philosophical and professional position in the word is an important condition for the implementation of political and administrative influence on the audience. The ability to clearly formulate and express their thoughts and judgments in order to organize society through speech and taking into account the capabilities and characteristics of virtual communication should be included in the list of necessary professional skills of any modern representative of power, which, thanks to the Internet is constantly in the field of global publicity, openness and accessibility, which is a prerequisite for the success of its leadership. Politicization and mediatization of the information space and the release of political and administrative activities in the public sphere have identified the need for an interdisciplinary approach in the study of language and style of political and administrative communication. In fact, political communication has already become the subject of such a new interdisciplinary scientific direction as political linguistics, which combined political science, sociolinguistics, stylistics and rhetoric.

The interdisciplinary nature of the study influenced the authors' appeal to various methods of analysis: comparative, content analysis, functional and stylistic, etc. As General methodological principles of the study of the phenomena of discourse in this work, a set of well-known principles of social and humanitarian knowledge is chosen. These are the principles of objectivity, the unity of ontology, epistemology and logic, development, continuity, ascent from the abstract to the concrete, the unity of historical and logical, empirical and

theoretical. The approach to the analysis and description of language material uses the methods of discourse analysis, contextual analysis, genre-stylistic comparison, methods of hypothetical interpretation and transformation, as well as General scientific methods of observation, comparison and generalization (comparison, analysis, systematization, differentiation, classification) of language facts. In our study, the text is considered comprehensively: both as the highest unit in the hierarchy of language levels, and as a rhetorical work that has a communication focus on the recipient.

Theoretical and methodological basis for the study of the rhetorical portrait of the participants of the political and administrative network media discourse is a number of approaches: anthropological, philosophical, axiological, sociolinguistic, psycholinguistic, etc. Rhetoric itself can be understood as a methodology of modern humanitarian knowledge (E.N. Zaretskaya), which is based on a generalization of reality (S.S. Averintsev). Methodological foundations of rhetoric are revealed in the works of many famous modern scientists (V.I. Annushkin, B.G. Bobilev, A.A. Volkov, Ch.B. Daletsky, N.D. Grudtsyna, S.F. Ivanova, N.A. Ippolitova, N.N. Kohav, T.A. Ladyzhenskaya, M.R. Lvov, O.I. Marchenko, S.M. Mineeva, A.K. Michalski, A.A. Murashov, L.V., Salkova, Z.S. Smelkov, I.A. Sternin, G.G. Gizdatov, O.V. Filippova, V.M. Shepel, E.A. Yunin, etc.).

In a broad sense, rhetoric is defined as the theory of persuasive communication [1, p. 57], the direct subject of which is the persuasive speech [2, p. 7]. According to I.V. Peshkov, “the development of the idea, that is, the invention, the formation, the embodiment of the idea in the word, has always been the main problem of rhetoric” [3, p. 570]. It is also interesting to note Z.Y. Karmanova that “the concept of rhetorical culture of political discourse should be based on the recognition of three maxims: maxims of reflexivity, maxims of dialogism and maxims of rhetorical ecologism” [1, p. 51] N.Ah. Kashchey emphasizes that “politics largely becomes politics through rhetoric” [2, p. 3].

Speech is understood by rhetoric as one of the types of human activity, the task of which is “to influence in order to achieve consensus” [6, p. 25]. According to Herbert Wichelns, rhetoric as a science is not guided by the categories of perfect and eternal, and efficiency

of speech [7, p. 5-43]. His followers Tonsen and Byrd specified that speech is effective only if it reaches the goal and the response [8, p. 542]. Kenneth Burke paid special attention to the issues of ideology, semiotics, axiology, as well as the study of the historical and cultural content of rhetorical messages [3, p. 112]. Later, K. Burke develops a dramatic approach to political communication and considers politics as a symbolic interaction of the mass audience and politics (actors) in a social context, in which they perform certain actions, having certain goals and using different communication means [see 10].

According to George. Of the combs, the policy becomes a dramatic play with its script, actors and staging [2,p. 39] , in other words, a political narrative based on the story becomes story, story, story [see 12]. So, William Labov identifies in the political narrative of the system of meanings that are interpreted and actor (politician), and audience [ibid]. And John. Welleman believes that “the narrative does not simply describe events, but makes them understandable, systematizes cause-and-effect relationships” [1].

The empirical base of the research is a set of the most significant texts of official and personal network resources of representatives of the state power of modern Russia. The material for the analysis was the content of the Runet, which includes official websites, blogs, Twitter and other Internet resources of the leading representatives of the political and administrative authorities in Russia. As research material was selected 2800 records text blogs, microblogging and Instagram. Data were collected for the period from 2011 to 2016.

Individual style reveals directly manifested in the text of the specificity of the linguistic personality of the speaker (Rhetor), his inherent manner of verbal generation of thought, his own method of thinking and verbal action. In the speech of the representatives of the political administration can be seen a certain manner of verbal generation of thought associated with one on the other hand, with clear pragmatic communicative intentions, and on the other – with the conventional conditionality of online communication. Therefore, the main properties of such a manner are brevity, conciseness of form and conciseness of content aimed at encouraging the Internet audience to respond in more or less active manifestations. In this case, conventionality becomes a common characteristic, but each of the rhetoricians, nevertheless, retains its individual style of speech.

This is how a new method of thinking and verbal action is formed by implementing a rhetorical political and administrative message on Twitter.

The style of political and administrative speech has a socio-cultural dimension. The individual style of an authoritative rhetorician not only becomes the norm of verbal action, but largely determines the ideological specificity of discourse, affects the mentality and ideology of society (or social groups). In this context, it is particularly important for the official representative of the administrative authorities of the highest level to remain in the area of public accessibility, which allows him to act not only as a representative of the authorities, but also as a representative of the audience, demonstrating the common worldview platform. His rhetorical messages become conductors of social and cultural values and a model of formation of such messages in new conditions of Internet communication. The spread to the mass audience in conjunction with the performance of the main functions of the media determines the media significance of the rhetorical activity of the author of the messages.

Rhetorical style acts as a kind of conductor of persuasion, has an impact not only on the content, but also on the ways of thinking of the addressee, which in the case of Twitter communication is, at least, a regional audience. In this aspect, the author's rhetorical style helps to organize the addressee's thinking in the direction of interaction with the aim of making common management decisions, to set the addressee to a constructive dialogue for joint work.

Speech portrait of an Internet speaker (rhetorician) is a group of speech characteristics that confirm the set of ideas of a certain audience about the qualities necessary for an ideal speaker on the Internet. At the same time this category reflects the desire of most of the linguistic web of the personality, in this case, the representative of the administrative authority, to perform certain rhetorical tasks with simultaneous formation of a desired audience for the speech of the virtual image. At the same time, with regard to rhetoric, narrowly understood as the art of speech, "the image of the speaker is a set of external and internal data of the speaker, presented in his speech appearance. It is created as a system of thought, ideas, sequence of judgment, and style of speech (that is, selection, location of words, the nature of pronunciation, plasticity, etc.)" [3, p. 9].

As a doctrine of the education of the individual through the word rhetoric reveals the features of human representation in his speech, and this perspective of the rhetoric vision is also relevant for political and administrative communication on the Internet, as an informal speech portrait of any communicant who entered the virtual environment is formed in this space. Due to the actualization of cultural contexts, cultural conditionality of the political and administrative network media discourse, not only the linguistic characteristics of the personality as a native speaker, not only its speech characteristics demonstrating how the linguistic personality realizes itself in speech, but also the rhetorical properties, to which the researchers attribute rhetorical education and rhetorical culture, thanks to which the personality can positively influence the audience and interact with it with his word, temper, way [1], become more important for the presentation of the communicant. Actors of political and administrative network media discourse on their social and business status, of course, can and should claim the role of a leader who acts through his speech on the audience, showing in speech high moral and ethical characteristics, culture of speech and education.

The leading principle of the rhetoric of political and administrative network media discourse is the law of harmonizing dialogue, and the main categories of rhetorical influence are persuasion and dialogism. Persuasion openly and directly affects the emotional-volitional and intellectual spheres of consciousness of the addressee of speech. The rhetoric of syllabic texts of political and administrative discourse consists in the fact that the belief is realized in it really openly and directly.

Categories of clarity, relevance and beauty are associated with the communicative qualities of persuasive speech, which is formed in the texts of political and administrative network communication due to the pragmatic focus of the author to achieve specific goals of communicating his point of view to the audience.

The rhetorical requirement for clarity of speech is that any persuasive text should be easily, unambiguously and adequately perceived accepted by the audience. This involves not only ensuring its speech correctness, integrity and coherence, but also the presence of an obvious logical sequence of presentation, accessible to the addressee of the argumentation system, a clear allocation and emphasis of the

main idea, the absence of anything that can complicate the perception and understanding of the text. Composition in this case becomes a constructive form to ensure clarity of speech and convincing transfer of the necessary meaning. In the texts of political and administrative network media discourse clarity of speech is a mandatory requirement due to the limited deployment of statements.

Thus, in the modern political and administrative network media discourse, a number of stable speech characteristics of its actor are formed, which together make up its speech portrait as a rhetorician. Such characteristics should include the credibility and expression, speech, pathos, attitude, a combination of publicistic, official and shaped saturation rhetorical figures of speech.

#### References:

1. Kashchei N. A. Rhetoric and politics in modern society. – Conducted. Novgorod : CPI NovSU, 2005. – 275 p.
2. Kolesnikova L. N. Rhetorical personality of the teacher-philologist in the context of professional culture. – Monograph: in 3 volumes. – Oryol : OSU. – 2007. – 478 p.
3. Anisimova, T. V. Modern business rhetoric : studies. the manual / T. V. Anisimova, E. G. Gimpelson. M.; Voronezh, 2002. 432 PP.

**Андатпа.** Мақалада медиа кеңістіктің қабылдау мен таным процестеріне қалай әсер ететіні талданады. Қазіргі заманғы медиа дискурстың негізгі әлеуметтік тұжырымдамалары мен риторикалық стратегиясы белгіленді.

Саяси әкімшілік өкілдерінің сөзі, бір жағынан, айқын прагматикалық коммуникативтік ниеттермен, ал екінші жағынан – онлайн-коммуникацияның дәстүрлі шартымен ауызша пікір қалыптастыру әдісін қарастырады.

**Түйін сөздер.** Риторика, риторикалық портрет, Twitter, саяси және әкімшілік желі дискурсы, репортаж, Интернет.

**Abstract.** The article traces how the medial space affects the processes of perception and cognition. The main social concepts and rhetorical strategies of the modern media discourse are outlined.

The speech of the representatives of the political administration examines the manner of verbal generation of thought associated, on the one hand, with clear pragmatic communicative intentions, and on the other – with the conventional conditionality of online communication.

**Key words.** Rhetoric, rhetorical portrait, Twitter, political and administrative network discourse, narrative, Internet.

**Аннотация.** В статье прослеживается влияние медиального пространства на процессы восприятия и познания. Изложены основные социальные концепции и риторические стратегии современного медийного дискурса. В выступлении представителей политической администрации исследуется способ словесной генерации мысли, связанный, с одной стороны, с четкими прагматическими коммуникативными намерениями, а с другой – с условными условностями онлайн-общения. Раскрываются основные свойства такого способа – краткость, лаконичность формы и контента, призванные побудить интернет-аудиторию реагировать в более или менее активных проявлениях.

**Ключевые слова.** Риторика, риторический портрет, твиттер, политический и административный сетевой дискурс, повествование, интернет.

**Шукуева М.Н.**Научный руководитель: **Тахан С.Ш.**

### **Современная роль мультимедийных технологий в информационном пространстве Казахстана**

Мы живем в уникальное время конкуренции средств массовой коммуникации за внимание аудитории. На наших глазах печатные версии газет, традиционное радио, массовое эфирное телевидение сдают позиции перед Интернетом как каналом коммуникации. Скорость, мобильность, универсальность, интерактивность, мультимедийность – вот ключевые слова современного СМИ, современной редакции и, современного медиа пространства.

Задачей СМИ становится не просто собрать, получить и изложить информацию, а с помощью новых технических возможностей предложить контекст и объяснить людям новости. Безусловно, мультимедиаизацию СМИ спровоцировала цифровая революция, то есть изменяющиеся технические возможности – как со стороны производителя информации (СМИ), так и со стороны потребителя новостей. Но главной причиной мультимедиаизации СМИ стали, конечно, изменившиеся запросы потребителя. За последние 20 лет кардинально изменилась роль информации для людей, мы стали по-другому воспринимать и потреблять ее. Современный человек живет в мире информационной перегруженности: ежедневно мы сталкиваемся с сотнями различного рода сообщений медиа. К традиционным СМИ и традиционным видам коммуникации добавились новые медиа и новые виды коммуникации – блоги, социальные сети, мобильные телефоны, планшеты и т.д. Теперь потребитель может получать новости в любой ситуации: на ходу, в очереди, в личном и общественном транспорте, на работе, во время приема пищи, во время занятий спортом – лишь бы под рукой был гаджет, позволяющий получать новости.

По статистике, примерно 40% аудитории – визуалы, 20-30% – аудиалы. Аудитория хочет быть вовлеченной в интерактивный контент, получать наглядную информацию о мире [1].

Среди современной аудитории медиа образовался целый пласт людей, которые не читают газеты, не смотрят телевидение и не слушают радио – более существенную информационную роль для них играет Интернет и мобильные сервисы. Для того, чтобы не терять этих людей из поля зрения, традиционные СМИ были вынуждены предлагать контент, отвечающий их потребностям в привычной для них онлайн-среде. Таким контентом стал совершенно новый продукт, сочетающий в себе все возможности онлайн-среды – интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность. Так стали появляться мультимедийные или «конвергентные» редакции средств массовой информации, построенные на базе крупных газет (к примеру, газета «Daily Telegraph» в Великобритании), информационных агентств («Тенгриный» в Казахстане) или телерадиовещательных компаний (BBC).

На «мультимедийные рельсы» переходят и редакции передовых региональных СМИ. Журналисты и редакторы посещают тренинги по визуальной журналистике, приглашают медиа тренеров, знакомятся с новыми сервисами для подачи информации, учатся мыслить мультимедийно, чтобы создавать современные, качественные, востребованные у «продвинутой» аудитории мультимедийные публикации.

Сейчас, когда важна не только оперативность и эксклюзивность, но и «упаковка» информации, для профессионального журналиста необходимым становится умение работать с инструментами мультимедиа. Понимание работы этих сервисов и «мультимедийное мышление» позволяют подать информацию наглядно, доступно. Процесс мультимедиазации СМИ становится новым этапом в развитии современной журналистики. Под влиянием глобальной информационной революции в Республике Казахстан с середины 90-х гг. прошлого столетия активно идет компьютеризация и информатизация различных сфер человеческой деятельности. Сейчас практически в любой области используются компьютеры и другая вычислительная техника. Работа в офисе уже немыслима без персонального компьютера. С каждым годом возрастает число пользователей Интернета. Казахстанский Интернет-домен KZ пополняется новыми веб-сайтами.

С недавнего времени в Республике Казахстан началось использование мультимедийных технологий и в процессе совершенствования Казахстанских СМИ.

Информационная индустрия переходит на новый количественный и качественный уровень. Электронные средства массовой информации Казахстана первыми реагируют на вызов времени, они изменяют свою политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития масс-медиа республики. Политика открытости и сотрудничества дает возможность создавать новые коммуникационные пути, открыть новые вещательные перспективы, и в этом масс-медиа играют важную роль.

Новейшие информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) позволили перейти к широкомасштабному переводу накопленной человечеством информации из электронной в цифровую форму. Эти формы представления различной аудиовизуальной, мультимедийной информации позволяют на качественно новом уровне организовать процессы производства, хранения и распространения информации [2].

Передовые ИКТ, обеспечивающие динамичное социально-экономическое и культурное развитие, стали определять лицо постиндустриальных государств. Новые ИКТ вносят свои коррективы в жизнь казахстанского общества: расширяются кабельно-спутниковое вещание, мобильный Интернет, сотовая связь, цифровое вещание, постепенно внедряются элементы интерактивного ТВ, увеличивая доверие к электронным средствам массовой коммуникации как важному источнику информации о событиях в стране и мире.

Потенциал ИКТ уже входит в число государственных приоритетов. В стране растет производство информационных продуктов и услуг. В XXI веке бизнес информационных технологий стал одним из наиболее процветающих. Ежегодно отрасль информационных технологий в Казахстане растет на 13-18%. Изменения в жизни казахстанского общества, вызываемые распространением ИКТ, носят экономический, социально-политический и культурный характер.

Социокультурный характер воздействия коммуникационной инфраструктуры на общество проявляется в увеличении возмож-

ностей общения и сотрудничества, использовании различной информации и знания для решения своих вопросов, проблем [3]. Разные виды телевидения, видеоинформация, компьютерные игры, компакт-диски, ноутбуки, банкоматы, мобильные телефоны, цифровые фотоаппараты, кинокамеры, пластиковые карточки, факсы, телексы, электронные устройства защиты и безопасности, дистанционные пульты, видеонаблюдение, различная мультимедийная продукция – все это наша сегодняшняя жизнь. «Включенность» в мир ИКТ стала реальным фактором социальной мобильности, социальной обеспеченности и защищенности.

В настоящее время цифровая, мультимедийная интерактивная коммуникационная технология расширяет свои границы между странами, становится более доступной в разных регионах мира. Сектор СМК становится обменноспособным и взаимодополняемым. «Интеграция всех видов коммуникации на основе опто-волоконного кабеля в телекоммуникационную структуру служит своего рода «центральной нервной системой всего общества».

Использование новых ИКТ усиливает процесс конвергенции и ведет к построению глобального информационного общества. Свободный рынок идей в эпоху глобальной информационной инфраструктуры все больше определяется коммерческими целями, которые и диктуют стремление к либерализации. Исследователь С. Л. Уразова выявляет ряд характеристик, обуславливающих преобразования медийного рынка, которые показывают причину связи возникновения конвергентных процессов.

Вот некоторые из них: смена мономедийной среды на мультимедийную. Замена классификационного названия медиа – из СМИ они трансформируются в СМК. Возникает новая форма коммуникации – интерактивность. Процессы глобализации с учетом использования современных цифровых технологий изменяют параболу распространения информационного продукта [4]. Наблюдается слияние компьютерной, вещательной и телекоммуникационной технологий. Это сближение и взаимодействие изменяют коммуникационную систему.

Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных СМИ и создавая новые медиа-системы. Про-

исходит тенденция «конвергенции» – объединения, слияния в единое целое и коммуникационных технологий, рынков, и самих средств информации, бытовой и профессиональной техники [5].

В расширяющемся медиа пространстве, печать, аналоговое радио и телевидение воспринимаются как «старые» СМИ, новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации, определяются как «новые медиа». Другое предлагаемое определение описывает новые медиа как «каналы цифровой коммуникации, в которых текст, графические и движущиеся изображения, звук представлены в едином «пакете» и которые имеют различные формы производства, распространения, приема и хранения конечного продукта».

Новые медиа облегчили приобретение знаний, обеспечили доступ к фондам библиотек, университетов, музеев, ускорили почтовое обращение и другие, общенациональные и транснациональные информационно-культурные услуги. Интернет постепенно приходит в разные уголки мира, открывая новые возможности для развития экономики, культуры, образования, науки, общественной жизни и предпринимательства. В настоящее время приблизительно 2,1 млрд. человек по всему миру подключены к Интернету. Еще 10 лет назад Facebook и Twitter просто не существовали, а сегодня их пользователями являются 1,5 млрд. человек по всему Земному шару.

В связи с бурным развитием Интернета, социальных сетей, появляются новые медийные профессии. Так с 2010 года о себе заявили SMM-агентства, социальные медиа менеджеры (SMM – social media manager). На маркетинг в Socialmedia (социальные медиа) обратили внимание ведущие компании, государственные органы и банки, которые стали нанимать специальных сотрудников для взаимодействия с Интернет-аудиторией, прибегать к услугам профильных агентств.

В стране успешно реализуется «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного вещательного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышение уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. В результате этого, «к 2020 году должно произойти увеличение объема телевизионной продукции казахстанского производства до 60% от общего эфир-

ного времени. Число Интернет-сайтов в доменах kz и kaz должно увеличиться на 50% по сравнению с 2012 годом. Объем производства ТВ продукции способом размещения заказа среди частных телеканалов на условии софинансирования составит не менее 15 проектов в год, при этом объем переданного государственными телеканалами в аутсорсинг составит 60%. Казахстанские телеканалы станут доступны на территории 110 стран, а количество СМИ в Интернете составит 95% от их общего количества. К 2020 году количество абонентов национальной спутниковой сети должно достигнуть 1 млн. человек».

Казахстан улучшил позицию в ежегодном рейтинге развития информационных технологий, который рассчитывают эксперты Всемирного экономического форума (ВЭФ). Согласно отчету ВЭФ ИКТ по итогам 2016 года, высоко оценены такие показатели в области связи, как:

- Количество абонентов сотовой связи» – с 40 на 11 место (29 позиций).
- Пользователи сети Интернет – с 78 на 62 место (16 позиций).
- Полоса пропускания – с 79 на 60 место (19 позиций).
- Абоненты сотовой связи, имеющие широкополосный доступ к сети Интернет» – с 113 на 29 место (84 позиций).

В рейтинге по Индексу сетевой готовности Казахстан поднялся с 55-го на 43 место (12 позиций), и занимает место между Чешской Республикой (42) и Венгрией (44). «Индекс сетевой готовности» РК, определяющий уровень развития ИКТ в стране, вырос с 4,03 до 4,32. Лидерство в рейтинге сохранила Финляндия (индекс сетевой готовности – 5,98), на втором месте по-прежнему Сингапур, на третьем – Швеция.

Согласно Глобальному отчету конкурентоспособности, опубликованному Всемирным экономическим форумом и включающему анализ в разрезе 144 стран мира, по итогам 2017 года, Казахстан возглавлял список стран СНГ по Индексу глобальной конкурентоспособности, поднявшись с 72 на 51 место. К слову, Российская Федерация и Украина занимали 67 и 73 места соответственно (66 и 82 места по итогам 2017 года).

По оценке экспертов ВЭФ, Казахстан улучшил свои позиции по многим показателям. В частности, по инфраструктуре Казахстан поднялся с 82 на 67 место по сравнению с 2017 годом, по

числу абонентов сотовой связи – на 20 место (38 место в 2017 году), по количеству пользователей сети Интернет на 62 место (77 место в 2017 году), по числу абонентов широкополосного доступа к сети Интернет – на 67 место (71 место в 2017 году), по пропускной способности Интернета – на 53 место (74 место в 2017 году) [6].

Современный уровень развития государств в значительной степени формируется на основе использования информационно-коммуникационных технологий, на основе активного производства и использовании информации. Не только природные ископаемые и материальное богатство, но и телекоммуникационная инфраструктура и информационные ресурсы составляют национальное богатство.

Интернет, мобильная телефония, кабельно-спутниковое ТВ – являются одними из главных компонентов процесса коммуникационной глобализации. Они глобальны по своей сути. Информационная индустрия расширяется, стирая границы между секторами традиционных систем СМИ и создавая новые средства массовой коммуникации (СМК).

Таким образом, не подлежит сомнению, что потенциал у мультимедийной журналистики в стране есть. Влияние общемировой тенденции мультимедиатизации, опыт западных коллег подталкивает редакции онлайн-СМИ экспериментировать с новыми мультимедийными жанрами. Сегодня использование мультимедиа – не просто мода, а уже необходимость. Это атрибут современного, «продвинутого» онлайн-СМИ. Мультимедийные элементы помогают привлечь внимание аудитории, разнообразить подачу новостей, а главное – улучшить воспринимаемость информации.

#### **Литература:**

1. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт: режиссура реального события. – СПб.: ИСЭП, 2015. – 235 с.
2. Барлыбаева С. Конвергентная журналистика в новом медиаразвитии // Вестник КазНУ. – Алматы, 2012.
3. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста, парадоксы развития, поиски, перспективы: статьи, опубликованные на страницах официальных изданий. – М.: Юрист, 2011. – 505 с.

4. Пронина Е.Е. Психологические особенности творческой работы репортера: избранные статьи периодических изданий. – М.: Юрист, 2011. – 344 с.
5. Современная российская журналистика: опыт, проблемы, перспективы. – М.: Академия, 2012. – 333 с.
6. Абенев М.А. Вступительное слово // Интеллектуальный прорыв в будущее: Материалы международной научно-практической конференции. – Алматы, 2012.

**Аннотация:** в статье рассматривается современная роль мультимедийных технологий в информационном пространстве Казахстана, а также перспективы развития. Автором охарактеризована современная тенденция развития мультимедиа в стране, приведена статистика использования Интернет технологий в РК.

**Ключевые слова:** конвергентная журналистика, средства массовой коммуникации/СМК, мультимедийность, мультимедиазация.

**Abstract:** The article looks into the modern role of multimedia technologies in the information space of Kazakhstan, as well as its development prospects. The author describes the current multimedia developments and provides statistics on the use of Internet technologies in the republic.

**Key words:** convergent journalism, mass media, multimedia, multimediatization.

**Аннотация:** мақалада Қазақстанның ақпараттық кеңістігінде мультимедиялық технологиялардың рөлі, сондай-ақ даму перспективалары қарастырылады. Автор елдегі мультимедиялық дамудың ағымдағы үрдісін сипаттайды, Қазақстан Республикасында Интернет-технологияларды пайдалану туралы статистиканы ұсынады.

**Түйін сөздер:** конвергенттік журналистика, бұқаралық ақпарат құралдары, мультимедиа, мультимедияландыру.

## Глава V. ҚАЗҰУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ

Алина А.Д.

### Біз – ҚазҰУ және Хангук шет тілдер университетінің магистранттары – туған жеріміздің тарихы мен мәдениетімен мақтан тұтамыз

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-да оқу процесі әлемдік стандарттарға сай жүзеге асырылады. Шығыстану факультетінің профессорлары Ли Бенг Джо, Савронова Л.В. және Қиыр шығыс кафедрасының доценті Тен Ю.П. секілді оқытушылардың арқасында біз – Алина Анар мен Усманова Замира, «корей тілі және корей әдебиеті» мамандығы бойынша ҚазҰУ және Хангук шет тілдер университеті арасындағы қос дипломды бағдарлама бойынша магистратурада оқуымызды жалғастырудамыз. Ол бағдарламаның арқасында, Қазақстан мен Корея Республикаларының екі жетекші жоғары оқу орындарында жоғары, сапалы білімін алудамыз. Мемлекеттік және білім беру мекемелері студенттердің өз мамандықтары бойынша қажетті білім мен дағдыларды игеруіне ғана емес, сонымен қатар, рухани-адамгершілік тәрбиесіне де көңіл аударатыны белгілі.

Екі халықтың өмірлік ұстанымдары тарихи тұрғыда, ежелгі дәуірден бастап әлі күнге дейін бірдей дәрежеде, тең әрі қатаң сақталуда. Сеул қаласында әлемге әйгілі «Алтын адамның»көрмесін өткізу жоспарланғанын біле сала, бойымызды, сөзбен жеткізе алмас, ұлттық тарихымыз бен мәдениетімізге деген мақтаныш сезімі баурады. Біз корей халқының қазақтарға және біздің бірегей рухани және материалдық құндылықтарымызға деген сүйіспеншілік пен құрметіне куә болдық. Сол себепті, біз, міндетті түрде көргенімізбен бөлісуді жөн көрдік. 2018 жылдың 27 қарашасынан 2019 жылдың 24 ақпанына дейін ҚРМ әдениет және спорт министрлігі, ҚР Ұлттық мұражайы және Қазақстан Республикасының Корея Республикасындағы Елшілігінің қолдауымен «Алтын Адамның әлем мұражайларындағы шеруі»

жобасын жүзеге асыру шеңберінде Корея Республикасының астанасы Сеул қаласында «Ұлы дала мұрасы: зергерлік өнер жауһарлары» атты көрме ұйымдастырылды. Сеулге келместен бұрын «Алтын адам» ТМД және Еуропа елдерін шаралап үлгерді. Көрменің мағыналық маңыздылығын көрсететін «Ұлы Даланың» 458 бірегей қазынасы да, «Алтын адаммен» бірге сапарға шығуының арқасында, көрме қонақтары Қазақстанның аумағында өмір сүрген көшпелі тайпалардың ежелгі тарихы туралы ғана емес, сондай-ақ, қазақ халқының салт-дәстүрі, мәдениеті және қазақ даласының этнографиясымен танысуға мүмкіндік беретін құнды ақпаратты ала алады. Әрине, барлық келушілердің назарын жаулайтын басты жәдігер – «Алтын адам», супер-заманауи техникалық құралдардың арқасында, ол жарқ-жұрқ етіп, өзінің алтын жайнауымен қонақтардың көз жауын тартып тұрды, олардың ішінде біз де бармыз.

«Алтын адамды» Оңтүстік Кореядағы ең ірі мәдени, көркем және тарихи орталықтарының бірі – Сеул қаласының Ұлттық мұражайы құшақ жая қарсы алды. Отанымыздан алыс бола отырып, басқа мемлекеттегі ұлттық құндылықтарымызды көру тамаша, керемет және өте әсерлі. Біз өз еліміз үшін қуанып, біраз таңырқап қалдық. Бізді ата-бабаларымыздың өнеріне кең масштабты және заманауи дем берілген таңырқатты. Әрбір шетелдік қонаққа, біз бұның барлығын–«Алтын адам» табылған Есік қаласындағы археологиялық қазба жерлерінде, ұлттық қазынаның керемет үлгілерін – Алматы және Астананың мұражайларында көріп, бұл таңғажайып сұлулықты Отанымыз – Қазақстан Республикасында тамашалағанымызды айтып, сағынышпен бөлісуге дайын тұрдық.

Корейлер біздің Отанымыздың тарихына және мәдениетіне шынайы қызығушылық танытып, салт-дәстүрлердегі, отбасылық білім беруде, өміріге қатысты көзқарастарда ортақтықты тапқаны шын мәнінде қуанттырды. Көрмемен танысу барысында, «Алтын адамды» ғана емес, сонымен қатар, б.з.д. VII-VIII ғғ. тас мүсіндер, қазандықтардың түпнұсқаларын (б.з.д. VIII-VI ғғ.), Қожа Ахмет Яссауи кесенесінің тас бөлшектері; ежелгі Отырар қаласында табылған және бөлшектерден жиналған керамикалық ыдыстардың қалдықтарын; 170-тен астам Қазақстан Республикасының Ұлттық мұражайының қорынан әкелінген, табиғи тастарды

қосып, күміс, коралл, шынымен әсемденген қыз-келіншектердің зергерлік бұйымдар жиынтығын; қазақтардың тұрмысы, киіз үйі мен әлемге танымал «жануар стилі» туралы көп ақпарат алуға болады. Сондай-ақ, әскери қару-жарақтар, мақсаты әрі жынысына қарай бөлінген, шынайы былғары, күміс және темірмен қапталып жасалынған жабдықтар; қазақ Алтайының Берел (б.з.д. XII-VIII ғғ.) қорғанынан шыққан жылқылардың бірегей артефактілерін; неолит және энеолит дәуіріндегі тұрмыстық құралдарды тамашалау мүмкіндігіне ие болдық.

Қазақтың дәстүрлі киім-кешегі, азық-түлігі, музыкалық аспаптары, ұлттық ойындар мен әртүрлі кезеңдердегі мерекелер тек қана иллюстрациялар түрінде көрсетіліп қана қоймай, сондай-ақ қазақ және корей тілдеріндегі түсіндірмелер, өлеңдер және бата-тілектермен толықтырылған арнайы интерактивті панельдерде тамашаланды. Қазақтың атақты композиторларының күйілері де шабытты, әсем әрі өте тартымды естілді.

Көрме – қазақстандық корейлердің ата-бабаларын Қиыр Шығыстан Қазақстан аумағына мәжбүрлеп қоныс аударғандары туралы, түп-тамыры, балалық шағы, жалпы Отанына қатысты



пікірлерін арнайы экрандар арқылы таратылып отырғанымен де ерекше есте қалды. Сондай-ақ, Қазақстандағы корей диаспорасы туралы сөз қозғалып, қазіргі Қазақстан мен Корея Республикасының тарихы мен мәдениеті туралы маңызды ақпарат берілді. Сондықтан, біздің ұлттық тарихымыз бен мәдениетімізге деген мақтанышымыз түсінікті деп ойлаймын. «Алтын Адамның әлем мұражайларындағы шеруі» жобасын іске асыру мерзімі 2018-2021 жылдар. Алда Жапония, Грузия, Ұлыбритания, Испания және Түркия. Ал, 2020 жылы АҚШ, Италия, Австрия, Франция және Германия мұражайларында көрме өткізу жоспарланып отыр. 2021 жылы жоба Гранд-Пале сарайының (Франция) Ұлттық мұражайлар қауымдастығының көрме залдарында және Австрияның көркемөнер мұражайында көрсетіледі. Біздің ойымызша, көп ұзамай, бүкіл әлем керемет, ұлы көшпенділер мен «Алтын адам» бесігі атанған Қазақ елімен тығыз ынтымақтастық орнатуға тырысары анық! Сондықтан, еліміздің шынайы патриоттарын оқытып, тәрбиелеп, өсіргені үшін біздің факультетіміздің оқытушыларына үлкен алғысымызды білдіреміз!



**Ахметжанова А.Т.,  
Байдавлетова М.Д.**

**Наш долг – знать и помнить  
своих замечательных выпускников  
(Габбас Жуматович Жуматов и  
Шагила Акимбаевна Кусанова)**

В 2018 (14 июня) и 2019 (14 января) годы факультет истории, археологии и этнологии Казахского национального университета имени аль-Фараби потерял своих уважаемых и почитаемых выпускников, таких как Габбас Жуматович Жуматов и Шагила Акимбаевна Кусанова. Они являлись одними из первых наших историков, окончивших факультет в 1949 и 1950 годы, известными ветеранами войны и труда университета, трудившимися в КазНУ имени аль-Фараби более пятидесяти лет. Габбас Жуматовичу и Шагиле Акимбаевне было далеко за девяносто, почти сто, но знавшие их коллеги искренне желали им еще больших лет, ибо это были замечательные личности, олицетворявшие собой ум, честь и совесть.

Габбас Жуматович родился в 1918 году в Павлодарской области в известной в Казахстане знатной семье Жуматовых. Он прошел славный путь от простого воина – защитника Брестской крепости до известного в Советском Союзе (затем Республики Казахстан) героя Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Он был патриотичным гражданином своей Родины. Сильным, смелым, скромным, честным и порядочным.

Г. Жуматова прекрасно знали и почитали ветераны, студенчество, преподаватели и сотрудники КазНУ, с ним советовались, приглашали на знаменательные и значимые исторические события, с удовольствием общались и внимательно слушали его воспоминания о подвигах боевых товарищей и друзей, об успехах и достижениях родных и близких, об оставивших в жизни неизгладимый след, педагогах и наставниках. Рассказы его были теплыми, живыми и наглядными, у него всегда были кассеты с

записями, выдержки из документальных фильмов, фотографии. Ему было горько и обидно за молодых парней и девочек, мечтавших о мирной, светлой и счастливой жизни, но оставшихся на полях сражений в своей и чужой земле. С уверенностью говорил Габбас Жуматович о том, «что его соратники искренне любили свое государство, верили руководству страны и желали жить свободной, большой и дружной семьей. Это было поколение выросшее патриотами, подготовленными к защите своей Родины. Поэтому советская страна победила фашистскую Германию, а мы дружно и мирно живем в независимом и многонациональном Казахстане».

Габбас Жуматович любил общение. Рассказывал сам и внимательно слушал других. Ему было все интересно и важно: как сейчас живут студенты, чем они интересуются, каково истинное положение ветеранов войны и труда, какие изменения вносятся в учебный процесс, имеются ли достижения, есть ли трудности в овладении научных познаний молодежи и другие повседневные заботы педагогов и обучающихся. Габбас Жуматович всегда был честен, бодр, энергичен, приветлив, аккуратен и доброжелателен. Главное что нас привлекало и восхищало в нем, это его добропорядочность. Суть которого привили ему его родители, родные братья и сестры, учителя и наставники в школе и в университете. Он удивлялся и недоумевал, когда слышал о несправедливости в отношении кого-либо, о недобросовестном отношении к учебе и работе, о неуважении младшим коллег к старшим.

Габбас ата любил жизнь во всем его многообразии и сложности: нелегкое детство, полная опасностей и трудностей военные годы, интересная и содержательная учеба на историческом факультете КазНУ, благоприятная преподавательская и общественная деятельность в университете, сложная и ответственная работа с ветеранами войны и труда, заслуженная и благодарная оценка его стремлений, мечты, желаний и успехов.

Родной и горячо любимый им КазНУ имени аль-Фараби в числе первых серий книг «Өнегелі өмір» (жизнь замечательных людей), выпустил труд «Габбас Жұматов: Өнегелі өмір. 27-шығ.»), состоящий из архивных документов, фотографий, статей, воспоминаний (всего 342 страницы) и охватывающий все моменты славной и прекрасной судьбы уважаемого аксакала, ветерана,

учителя и ученого. 16 апреля 2019 года на факультете истории, археологии и этнологии была торжественно открыта аудитория имени Габбаса Жуматова. Спонсором выступили его дети, внуки и правнуки. Большую организационную и консультативную помощь оказало руководство факультета – декан Ногайбаева М.С. и зав.кафедрой истории Казахстана Карибаев Б.Б. Габбас Жуматович являлся поистине исторической личностью, его жизнь и деятельность достойный пример для подражания молодого поколения независимого Казахстана. Мы всегда будем вспоминать его с любовью и благодарностью.



**Г.Ж.Жуматов**



**Ш.А.Кусанова**

Замечательным, искренним и почитаемым педагогом была Шагила Акимбаевна Кусанова. Уроженка Восточно-Казахстанской области, от студента исторического факультета КазГУ имени С.М.Кирова, затем воина Советской Армии выросла до доктора исторических наук, профессора, академика Академии гуманитарных наук Республики Казахстан.

Шагила Акимбаевна в 8 лет осталась без семьи. Росла и училась в детском доме. В 1940 году поступила в наш университет

на филологический факультет. Было ей всего 16 лет. Когда в июне 1941 года началась война, добровольцем ушла на фронт. В Ташкенте окончила 2-х месячные курсы радисток и уже в декабре 1941 года принимала участие в освобождении г. Керчи (в Крыму) от фашистских захватчиков. Затем, был бой под Сталинградом, Харьковом, освобождение Украины, Молдавии, взятие Сандомирского плацдарма, Вислы, помощь братским народам Румынии, Чехославакии, Польши. Награждена была орденами и медалями не только СССР, но и Чехославакии, Румынии, Венгрии. Всего заслужено имела 3 ордена и 18 медалей. Она защищала свое Отечество с глубокой верой и надеждой на Победу. В одном из своих рассказов о войне, она писала: «Сколько юных талантов, патриотов Родины полегло на полях сражений... Но когда картины смерти молодых юношей, а подчас и девушек, проходят на твоих глазах, забыть их невозможно. В их честь, мы, оставшиеся в живых, поклялись жить и работать так, как они намечали в своих мечтах, в своих довоенных планах».

Шагилу Акимбаевну хорошо знал и уважал Бауыржан Момышұлы – известная всем казахстанцам и миру личность. О ней писал народный писатель Азильхан Нуршаихов в статье: «Майданда батыр, еңбекте ер». После окончания войны вернулась в университет и в 1949 году закончила исторический факультет. Училась в аспирантуре. Защитила кандидатскую диссертацию, потом докторскую.

В течении десяти лет являлась заведующей кафедрой истории КПСС естественных факультетов нашего университета, пять лет заведующей общественных дисциплин в Казахской национальной академии музыки в Астане. Шагила Акимбаевна была автором более 150 научных работ, в том числе, монографий, учебно-методических пособий и статей на самые разные темы, раскрывающие важные и мало исследованные периоды истории Казахстана. Ею было подготовлено 30 кандидатов наук и 7 докторов исторических наук. Если в годы Великой Отечественной войны она была награждена орденами и медалями за мужество и героизм на фронтах, то в мирное время ей было присвоено звание Заслуженного работника высшей школы Республики Казахстан, Отличника образования СССР и Казахстана за подготовку известных в республике ученых и педагогов для всех уголков

нашей необъятной Родины. За бесценный труд на благо нашего государства в области образования и науки, воспитание достойной смены патриотов своей страны была награждена орденом «Құрмет» и «Парасат».

Шагила Акимбаевна осталась в нашей памяти очень светлой, энергичной, жизнерадостной, счастливой и красивой женщиной-ученым, педагогом, матерью, бабушкой. Она заряжала окружающих своим оптимизмом и любовью к нашей общей Родине – Республике Казахстан.



Коллектив кафедры истории Казахстана факультета истории, археологии и этнологии КазНУ имени аль-Фараби с чувством глубокого уважения и любви будет помнить своих славных выпускников, ветеранов войны и труда университета, педагогов и наставников  
Габбас Жуматовича Жуматова и Шагила Акимбаевну Кусанову

Ахметова Л.С.

### Анатолий Аристархович Носков

В школьные годы я впервые, учась где-то в 5 классе, пошла на стадион «Динамо» и записалась там в шахматный кружок. Занятия проходили по два часа три раза в неделю. Мой отец хорошо играл в шахматы, поэтому я и решила пойти сама учиться. Надо сказать, что в XX веке, в советское время игра в шахматы была достаточно популярной игрой. В выходные дни или в летнее время, когда спадала жара, в основном, мужчины собирались на лавочках, в парках, в скверах, а то и во дворах, и играли в шахматы. Причем иногда было по две-три доски, у них существовала какая-то очередь, были и соревнования. Вспоминаю своего отца, когда он, захватив под мышки шахматы, собирался идти куда-то для игры, а мама притворно ворчала на него, что пропадает без толку. А какой довольный он приходил поздно вечером, особенно, когда выигрывал подряд. Вот таково оно было взрослое развлечение у мужчин в советское время! А я как-то понимала, что играть в шахматы, это развивать мышление и логику, думать, анализировать и многое другое, которое должны были мне пригодиться в жизни. До сих пор вспоминаю, как я играла в шахматы с отцом!

И вот я поступаю в 1971 году в университет. Нас распределили по секциям, я стала заниматься лыжным спортом у А.И. Арещенко. Много позже я познакомилась именно на кафедре физвоспитания и спорта еще с одним с замечательным человеком, моим Учителем и старшим товарищем Анатолием Аристарховичем Носковым.

– Шахматный король, – так мы всегда с любовью его называем и гордимся даже только знакомством с ним, а то, чему он нас учил, и то, что мы – его ученики, – это вдвойне приятно!

Конечно, мне жаль, что я не достигла каких-то значительных успехов на шахматной стезе, но то, что я общалась с великими шахматистами Алматы, Казахстана и международного масштаба благодаря Анатолию Аристарховичу, это очевидно, то, что была

пройдена великая школа великого шахматиста-алматинца, это многого стоит!!!

Перечислять достижения Анатолия Аристарховича можно долго, и это займет несколько, возможно, десятки страниц, отмечу университетские годы, те годы, когда его жизнь была связана, как и сейчас, с родным университетом. В 1956 году поступает и в 1961 году заканчивает биологический факультет КазГУ. Следует отметить, что сборной командой университета А. Носков руководит с 1961 г. Таким образом связь с университетом не пропадала у него никогда.

И в своей профессии он состоялся как ученый. Анатолий Аристархович – автор более 20 научных и публицистических работ по гидробиологии, в частности, по экологии озера Балхаш и Капчагайского водохранилища, участник республиканских, все-союзных и международных гидробиологических съездов.

А.А. Носков становится первым мастером спорта по шахматам Алма-Аты, выиграв матч у одного из ведущих ленинградских мастеров спорта Ефима Столяра в 1965 году. Он – заслуженный тренер Казахстана, судья высшей национальной категории, многократный финалист чемпионатов РК, участник и победитель ряда международных турниров, в октябре 2005 года стал бронзовым призером открытого чемпионата в Испании среди ветеранов (62 участника).

За большой вклад в развитие шахматного движения в Казахстане А.А. Носков награжден грамотами и дипломами спорткомитетов СССР и КазССР, трижды награжден Почетным знаком ЦС ДСО «Буревестник». За большой вклад в развитии студенческого шахматного движения А.А. Носков награждался многими Почетными Грамотами Алматы и Бостандыкского района. За заслуги в развитии шахмат Международная ассоциация фондов Мира (президент фонда А.Е. Карпов) наградил А.А. Носкова памятной медалью «60 лет окончания Второй мировой войны».

А.А. Носков, один из немногих шахматистов, награжден Олимпийской медалью Казахстана за многолетнюю подготовку спортсменов в сборную команду страны.

В 1980 году его на работу в университет приглашает ректор У.А. Джолдасбеков на кафедру физвоспитания: «Биологов у нас много, а вот мастеров спорта по шахматам нет. КазГУ должен

стать ведущим шахматным ВУЗом Казахстана»! И Анатолий Аристархович в основном эту задачу выполнил. Университет наработал шахматные традиции. Первым гроссмейстером Казахстана стал Евгений Владимиров, а первым национальным гроссмейстером – Булат Асанов.

Евгений Владимиров учился у нас на факультете журналистики, являлся мастером спорта, в дальнейшем стал гроссмейстером. Евгений был одним из тренеров 13-го чемпиона мира Гарри Каспарова. Наш шахматист был в составе тренеров и победителем многих международных турниров.

Булат Асанов – первый национальный гроссмейстер, он тоже выигрывал международные турниры. Много лет был президентом и вице-президентом Федерации шахмат Казахстана.

Стоит особо сказать о работе Анатолия Аристарховича в Федерации шахмат Казахстана, где с 1974 по 1991 он занимал должность заместителя председателя. А председателем Республиканской шахматной федерации в течение 10 лет был Олжас Сулейменов, совмещавший эту работу с работой Первого секретаря Союза писателей Казахстана. Анатолий Аристархович очень дорожит знакомством с великим поэтом и общественным деятелем, которого знают и любят не только в нашей стране. Они часто общаются. Анатолий Аристархович вспоминает, как в обеденное время играли блиц. Ему было очень приятно и радостно, когда Олжас Омарович Сулейменов встретил в аэропорту Шереметьево с поздравлениями его и М. Жунусова, ставшего чемпионом мира по шахматам среди инвалидов по зрению. Впервые в истории казахстанский шахматист добился такого успеха, и в этом большая заслуга Анатолия Аристарховича.

А.А. Носков подготовил двукратного чемпиона мира среди инвалидов по зрению Мурата Жунусова (1995 и 2000 гг.)

Замечательную статью в один из его юбилеев написала об Анатолии Аристарховиче и его учениках Елена Рыбакова-Гайчя, его ученица, мастер спорта, пятикратная чемпионка Казахстана. Я думаю, такие материалы надо давать для чтения школьникам, как статью и биологом, и шахматистом, и журналистом, и общественным деятелем. Вот пример для изучения жизни и шахматных достижений А.А. Носкова.

Как пишет Е. Гайчя (Рыбакова):

– В дальнейшем университет пожинал богатый урожай талантливых шахматистов. Международными гроссмейстерами стали В. Ткачев, сестры Гульнара и Эльвира Сахатовы, Мария Сергеева, мастерами спорта – Т. Балабаев, С. Ким, В. Иржанова, Т. Гудова, Т. Живаева (Т. Живаева поступила в университет первокурсницей, окончила мастером спорта, неоднократная чемпионка Казахстана), Е. Рыбакова, Б. Аккозов и многие другие. В эти достижения вложена огромная тренерская работа А.А. Носкова.

Всю свою жизнь он посвятил молодежи, обучению шахматам, отточению искусства шахматной игры у талантливой части студенчества, которые понимали ответственность возложенной на них университетом и Учителем, выступать за родной КазГУ-КазНУ им. аль-Фараби, за свой город или Казахстан. Конечно, на это уходило много сил и времени Учителя. Но он всегда и всем говорит: «Мое хобби стало главным делом моей жизни!»

Анатолий Аристархович организовал два крупных турнира, которые проводили в зале механико-математического факультета КазГУ: чемпионат СССР среди мужчин в 1979 г. и чемпионат СССР среди женщин в 1981 г. Алма-Атинцы в те годы могли воочию увидеть своих любимых шахматистов: Михаила Таля, Льва Полугаевского, Александра Зайцева, Майю Чибурданидзе и других.

В своей шахматной карьере Анатолий Носков был трижды чемпионом Казахстана (в 1964, 1967, 1972 годах) и дважды – бронзовым призером чемпионата (в 1958 и 1965 годах).

Уже много лет после окончания школы Анатолий Аристархович ежегодно общается и встречается со своими одноклассниками. Иногда заходят все вместе проведать свою школу № 28, вспомнить о прошлом, помечтать о будущем! Среди бывших одноклассников – знаменитый балетмейстер Б.Г. Аюханов, офицер-подводник С. Амбросимов, кандидат технических наук, один из главных руководителей студенческих строительных отрядов Казахстана С. Букейханов. Но жизнь идет, люди стареют и уходят... Благодаря ему и мне довелось познакомиться с этими выдающимися людьми нашей эпохи!

Кроме научной и шахматной деятельности Анатолий Аристархович занимается и журналистикой: с 1969 г. по 1989 годы он является редактором шахматного отдела газеты «Вечерняя

Алма-Ата». В то время редакция газеты «Вечерняя Алма-Ата» часто организовывала турниры, а всем участникам вручали памятные значки «Вечерняя Алма-Ата». В разное время он ведет отдел шахмат в газетах «Ленинская смена», «Известия-Казахстан», «Страна и мир». Был специальным корреспондентом газеты «Вечерняя Алма-Ата» на ряде матчей за мировое Первенство между Г. Каспаровым и А. Карповым, в том числе на матче в Севилье (Испания) в 1987 г. Сборная команда КазНУ под руководством А.А. Носкова десятки раз выходила победителем Всеказахстанских студенческих игр, была чемпионом Универсиад 2011 г. и 2013 г.

А. Носковым написаны сотни статей в газетах и журналах по пропаганде и развитию шахмат, он является автором многих научно-методических работ по теории и практике шахмат.

В интервью журналисту Г. Караболатовой А.А. Носков ответил на вопрос о шахматах так.



1946 год – Похвальная грамота отличнику учебы А. Носкова – Алма-Ата



1978 год. – «Вечерняя Алма-Ата»

– Скажите, как вы считаете шахматы – это искусство или спорт?

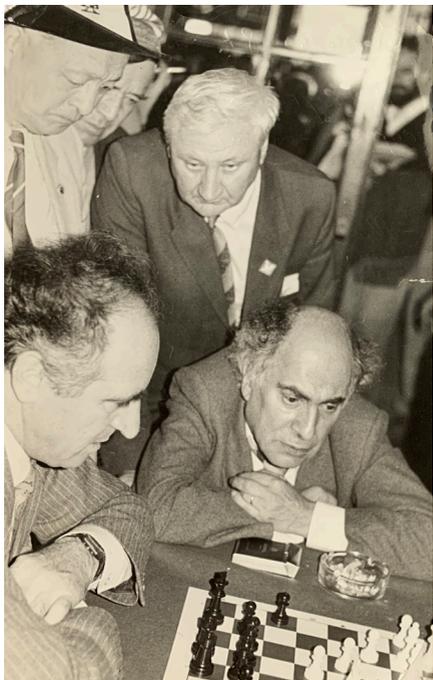
– Шахматы – это и искусство, и спорт, и наука. Почему искусство? Потому что, шахматы являются красивой, интеллектуальной игрой. Почему спорт? Когда участвую в соревнованиях, прежде всего, думаю о победе, и это моя главная цель в спорте. Для того чтобы хорошо играть в шахматы, нужно очень много читать и много заниматься, все это относится к науке. Прямо настоящий аналитический процесс. По шахматам книг, пожалуй, больше, чем по всем видам спорта. Есть более 1000 названий книг по шахматам. И я считаю, что шахматы – это и искусство, и спорт, и наука.

Журналистика, между прочим, также является одним из моих любимых занятий.

И в этом мы с ним схожи.

Анатолий Аристархович давал мне постоянно читать книги, задания, строго спрашивал изучила ли я очередные партии вели-

ких шахматистов, вижу ли я, в чем секрет той или иной партии, и всегда помогал в изучении и решении вопроса или какой-нибудь задачи. Это было безумно интересно слушать его советы, видеть его молниеносные партии, когда он за несколько минут обыгрывал десяток людей, сидящих за шахматными столиками в игре с ним.



1987 год – Севилья (Испания) – Л. Полугаевский – слева, справа – М. Таль (чемпион мира). В центре – А Носков. Матч на первенство мира Г. Каспаров – А. Карпов

Вообще учиться у талантливых и великих людей – это счастье для тех, кто смог попасть в орбиту их педагогической деятельности. И мне посчастливилось быть там.

Когда я работала в студенческом профкоме в советское время, и в профессорско-преподавательском, уже в суверенном Казахстане, мы много общались с ним и по другим вопросам.

Анатолий Аристархович участвовал во многих профсоюзных мероприятиях, проводил сам огромную работу не только со студентами, профессорско-преподавательским составом и сотрудниками университета, но и с детьми наших сотрудников. Он организует соревнования для детей, постоянно отбирая лучших детей и рекомендуя родителям обратить на это внимание.

Всегда ездил с профсоюзным составом на учебу в наш спортивно-оздоровительный лагерь на озере Иссык-Куль, проводил там мастер-классы, сеансы одновременной игры, привлекая огромные массы зрителей и любителей шахмат.

Лишь однажды, когда его с нами не было, мы проиграли в шахматы лагерю отдыха Академии наук на озере Иссык-Куль!



*Выступление на юбилее А.А. Носкова его учеников Евгения Владимиров, первого международного гроссмейстера Казахстана по шахматам и мастера спорта Е. Рыбаковой*

Если бы Вы знали, сколько было разочарований! Тогда-то мы и приняли решение, что без него и его руководства в шахматы не играть!

В 2018 году я позвонила к нему, попросила о встрече и сказала:

– Анатолий Аристархович, пожалуйста, принесите мне какие-нибудь документы прошлого, от которых бы я восхитилась.

И он принес на встречу то, чего я никак не ожидала: похвальную грамоту первоклассника Толи Носкова.

– Ты, журналист, сказал, – он мне, – обрати внимание на Ленина-Сталина, на год, на лозунги!

А я, смеясь, сказала:

– А для меня важно то, что Анатолий Носков закончил 1 класс 56 средней мужской школы г. Алма-Ата на отлично! Вот откуда идут Ваши достижения во всем! И в шахматах тоже!

Поэтому я решила показать и фотографии, которые у меня есть.

Спокойный, всегда в хорошем настроении, любящий шутку и умеющий шутить, в любой кампании свой человек, – таков мой



2009 год – О. Сулейменов.

В Международном шахматном клубе «Дебют»

Учитель и старший товарищ Анатолий Аристархович Носков. Я счастлива, что имею возможность всегда дружить с таким замечательным человеком, гордостью нашего города и страны!

Он и сейчас в гуще шахматных событий Казахстана. 31 мая 2019 г. состоялся съезд Федерации шахмат страны. А.А. Носков был участником съезда, на котором отмечен его вклад в развитие шахмат республики и Алматы. Он является бессменным вице-президентом Федерации шахмат города. Не забывает А.А. Носков и практическую игру. Среди ветеранов шахмат он занял второе место в чемпионате Казахстана в 2015 году, а на чемпионате города он или победитель, или призер. А ведь ветераны зачастую его бывшие студенты, на 15-20 лет младше.

Нода Л.П.

### PR на факультете журналистики

На факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби состоялся XI Республиканский Форум юных корреспондентов.

На традиционный конкурс сочинений «Хочешь стать журналистом?» поступило более ста работ из разных уголков Казахстана: Шымкент, Актобе, Костанай, Караганда, Нур-Султан. География и охват впечатляют. Учащиеся более тридцати школ писали, сочиняли. Одиннадцатый год факультет журналистики собирает самых талантливых ребят, которые связывают своё будущее с журналистикой. Профессией сложной, но очень интересной. Не массовой, но такой занимательной. Ведь самое главное предназначение журналистики – «удовлетворение потребностей в оперативной, актуальной» информации, необходимой для оптимизации развития общества и регулирования общественно-политических отношений, адекватной реакции в изменяющемся мире, и регулирование политической, духовной, социальной жизни» [1].

На Форуме, который собирает абитуриентов и друзей факультета журналистики традиционно в конце марта, мы подвели итоги Конкурса школьных сочинений «Хочешь стать журналистом?», на котором в этом году было заявлено пять тем.

«Как стать интересным собеседником?», «Любимый уголок школы», «Самая лучшая профессия», «Зачем современному человеку соцсети?», «Если бы Пушкин издавал газету сегодня... К 220-летию со дня рождения». Больше всего современных подростков, естественно, интересуется всё, что связано с соцсетями. А еще они не прочь написать инструкции, отвечая на вопрос «Как стать интересным собеседником?».

Профессиональное жюри обращало внимание на проявление авторской позиции, так как «любое высказывание делится на две части – смысловую и оценочную, на модус (сферу автора) и информацию» [2].

Рассуждает победитель, ученик 9 класса школы № 52 Даниил Девяткин: «Многие люди настолько привыкли соцсетям что

просто не могут прожить и дня без них. Завтрак, неинтересный урок, поездка в метро, мы всегда найдем время для того чтобы потратить его впустую посредством мессенджеров и соцсетей. Да-да, именно впустую, не хочу показаться “не таким как все”, но, я считаю, что такой досуг – это бессмысленная трата времени. И я стараюсь максимально ограничить своё время посещения социальных сетей. Я не против общения, я против непродуктивной деятельности. Это моя позиция, я никого к ней особо не агитирую и единственно верной не считаю, каждый может распоряжаться своим временем, как хочет и может. Просто лично я не могу позволить себе слишком долгое бесцельное “зависание” в инсте или вк, ибо, большая часть моего времени занята занятиями и последующей подготовке к ним, а досуг мой подработкой и в достаточно редких случаях сном, книгами и фильмами».

Творчески подошла к написанию сочинения Анелжан Корикбай, выпускница КГУ «ОШ» № 116 города Алматы, назвав его «Пушкин Times (Если бы Пушкин издавал газету сегодня... К 220-летию со дня рождения)»: «... я задумалась, какую бы газету издавал гений в наше время. Как вы думаете, если бы у нас была машина времени и великий поэт оказался бы здесь и сейчас в нашем современном мире, какую бы газету он издавал? А, может, это был бы его блог в какой-нибудь социальной сети, такой как Инстаграм, ВКОНТАКТЕ, Твиттер, Фейсбук. Довольно интересно, не правда ли? А вы бы подписались на него и заглядывали к нему? Я, однозначно, да!».

Анелжан продолжает: «Газета Пушкина была бы универсальной, в ней бы освещались все новости, начиная с политических, заканчивая спортом. Она была бы интересна как молодежи, так и старшему поколению. Как в Евгении Онегине были: балет, книги, политика, хозяйство, проблемы с замужеством, дуэли, дети, так и в этой газете было бы все. Наш издатель ориентировался на читателя умного, думающего, человека нестандартного, которому интересна политика, история и литература. Поэтому газета была бы неоднозначна и несла большой смысл.

Так может это была бы романтическая газета. Это был бы новый газетный жанр, где новости были освещены в стихотворениях или просто рифмовались.

Какой был бы девиз у газеты Пушкина? Может быть, его цитата: «Что день грядущий нам готовит?» отлично подошла бы, как девиз газеты, которая освещала бы важные события каждого дня. Сам вопрос уже интригует, и этим привлек бы большое количество людей» [3].

Анелжан Корикбай также победила в этом конкурсе, надеюсь, из нее получится отличный журналист, ведь уже сейчас она творчески подходит ко всему.

Победитель конкурса факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби «Хочешь быть журналистом?» Раиля Кашапова, ученица 11 класса гимназии № 1 города Алматы:

«Я помню, как в первый раз попала на форум юных корреспондентов три года назад и вышла оттуда, будучи уверенной, что я стану журналистом. С тех пор я ежегодно бываю на форуме, и каждый раз выхожу оттуда с чувством того, что я в родном для себя месте.

Я долго не знала, на какую из заданных тем хочу писать, и в конечном итоге остановилась на теме «Если бы Пушкин издавал газету сегодня...». Было действительно интересно пофантазировать об этом, потому что в повседневной жизни я бы вряд ли могла представить себе такое, а тут у меня ненадолго (пусть только в своей голове) появилась возможность поработать с Пушкиным.

Я выиграла этот конкурс! Получила диплом и искренне рада этому, поскольку данный конкурс позволил мне поверить в себя и убедиться, что я иду по правильному пути. Верю, что стану журналистом и буду мастером в своем ремесле.

Бывать с журналистами классно, потому что все разговаривают так, словно знают друг друга всю жизнь. Нет никаких формальностей, и я просто рада оказаться в этой атмосфере, где на несколько часов каждый стал для меня близким другом (а именно так я чувствую себя там).

Спасибо всем, кто организовывал это мероприятие и всем, с кем мне посчастливилось познакомиться. Вы действительно классные ребята, и я надеюсь, что в будущем буду видеться с вами чаще. Благодаря этим форумам я с каждым разом всё сильнее влюбляюсь в эту профессию».

Спасибо спонсорам, **Kaspi bank**, **Россотрудничеству в Казахстане** – мы наградили 26 победителей. Председатель жюри

– главный редактор республиканской газеты «Дружные ребята» Альмжан Аскарлович Акбаров отметил образность и личные примеры, реальные истории и умение авторов рассуждать.

Как всегда, пришли выпускники журфака КазНУ разных лет. Прослушали мастер-классы от ведущих журналистов страны. Медиаперсоны – Дана Орманбаева, Ольга Пастухова, Дана Атшабарова, Малика Дауылбай – каждая рассказывала о своем пути в эту интересную профессию, о том, что дал журфак, что же такого увлекательного «держит» каждую в профессии уже много лет.

А еще мы провели викторины и конкурсы, гости написали репортаж с Форума. Одарили отличившихся сладкими призами. А еще пели, смотрели смешные ролики, снятые первокурсниками журфака, оценили сценку про молодых журналистов от студентов-актеров театра «Эйдос» КазНУ имени аль-Фараби.

И да: все учителя-наставники получили Дипломы и ценные подарками от Kaspi bank.

Лауреат Международного Пушкинского конкурса Зухра Шихиевна Бердигожина с нами с самого первого Форума – с 2009 года. Восемь выпускников школы окончили факультет журналистики и стали высокопрофессиональными журналистами.

Всегда с нами и учитель истории школы № 116 Наталья Юрьевна Пасечникова. Сочинения под ее руководством основательные, глубокие.

Постаралась, как всегда, МШЛ «Достар»: поступило 27 интересных, творческих работ, всем запомнился мультимедийный проект ученика 7 класса Сергея Казанцева. Побуждает деток к творчеству учитель – лауреат Международного Пушкинского конкурса Наталья Никитична Лановенко [4].

Порадовали работы под руководством психолога, учителя школа № 52 Найли Федиратовны Солодовниковой: искренние, написанные с душой.

Победители получили Дипломы факультета журналистики КазНУ и книги от Генерального Консульства Российской Федерации в Казахстане.

#### **Литература:**

1. Мельник Г.С., Ким М.Н. Методы журналистики: Учеб.пособие для студентов факультетов журналистики. – СПб., 2006. – С. 7

2. Лашук О.Р. Редактирование информационных сообщений: Учеб. пособие для студентов вузов. – М., 2004. – С. 116.
3. Корикбай А. Пушкин Times (Если бы Пушкин издавал газету сегодня... К 220-летию со дня рождения) // Дружные ребята. 2019. 26 февраля.
4. Участие школьников «Достара» в Республиканских конкурсах// <https://lyceum.dostar-school.kz/uchastie-shkolnikov-dostara-v-respublikanskih-konkursah/>

#### **Нода Л.П. PR на факультете журналистики**

**Аннотация:** В статье подводятся итоги прошедшего на факультете журналистики традиционного XI Республиканского Форума юных корреспондентов. Рассказывается о ходе самого Форума, об учащих-победителях. Приводятся отрывки из работ победителей. Говорится о лучших учителях-друзьях журфака КазНУ.

**Ключевые слова:** абитуриенты, Форум, журналистика, конкурс, журфак, КазНУ.

#### **Noda L.P. PR at the Faculty of Journalism**

**Abstract:** The article summarizes the results of the traditional XI Republican Forum of Young Correspondents at the faculty of journalism. It tells about the course of the Forum itself, about the winning students. There are excerpts from the works of the winners. It is a question of the best teachers-friends of the KazNU journalism department.

**Key words:** applicants, Forum, journalism, competition, journalism, KazNU.

#### **Noda L.P. Журналистика факультетіндегі PR**

**Анатпа:** Мақалада журналистика факультетіндегі дәстүрлі XI жас журналистер форумының қорытындысы шығарылады. Ол форумның өзі туралы, жеңімпаз студенттер туралы баяндайды. Жеңімпаздардың шығармаларынан үзінділер бар. Бұл ҚазҰУ-дың журналистика кафедрасының үздік оқытушылары туралы.

**Түйін сөздер:** үміткерлер, Форум, журналистика, бәсекелестік, журналистика, ҚазҰУ.

**Рожков А.В.****Гармония литературы и жизни Светланы Сагалович**

Светлана Михайловна Сагалович – истинный корифей педагогики, компетентный ученый, добрейшей души человек, которого вспоминают с благодарностью несколько поколений филологов, журналистов, историков. Увы, в феврале прошлого года, на 81-м году, жизненный путь нашего наставника закончился. Но осталась память о ней – слова благодарности и воспоминания учеников, коллег.

Сейчас факультет журналистики, где всегда была только одна профессия, приумножился новыми специальностями: издательское дело, связи с общественностью, международная журналистика, дизайн. Нынешнему поколению уже трудно представить, как долго мы шли одной дорогой с филологами. Исторический путь журналистского образования Казахстана пролегал в начале 30-ых годов через КИЖ – Казахский институт журналистики, с 1941 года маленький факультет в Казахском госуниверситете, далее слияние в 1949 году с филологическим. То время не зря считается славным для академической науки, и филология была поистине настоящим тяжеловесом, под сенью которой журналистика искала свое место под солнцем. И только в середине 60-ых годов века минувшего журфак прочно встал на ноги и снова стал самостоятельным. Но филологическое прошлое долго еще давало о себе знать. Причем с самой лучшей стороны: изучая различные аспекты языка и литературы сплошь у мэтров и светил науки, будущие журналисты на всю жизнь впитывали в себя безупречную грамотность, любовь к литературе, и вместе со всем этим багажом – культуру и интеллигентность. Многие преподаватели филфака были для журналистов легендами и кумирами. Среди них, конечно, доцент, кандидат филологических наук Светлана Михайловна Сагалович. Ее уроки истории зарубежной литературы, изящной словесности и уважительного отношения к окружающим навсегда останутся с нами. После школы, где она любила много читать, долго выбирать профессию не было надобности и потому сразу

следует поступление на филологический факультет КазГУ им С. М. Кирова, который окончила в 1960 году. Начав работу преподавателем, она через годы доросла до зав. кафедрой истории русской и зарубежной литературы. Но главное – ее уникальная аура педагога, влюбленного в дело своей жизни.

Мы – дети, воспитанные советской школой, безусловно, любили литературу. Но вот понимать ее, анализировать, черпать из книг мудрость и вдохновение для собственного творчества, нас научила Светлана Михайловна Сагалович. Учились мы пять лет, и немалую часть предметов у журналистов вели филологи. В ту эпоху мало кто сомневался, что у нас одно общее сокровище – слово, и им надо владеть умеючи. Только вот филологи могли позволить себе витать в облаках и художественный вымысел был для них высшим пилотажем, нам же, сотрудникам газет-журналов, радио и телевидения, приходилось добывать сермяжные факты, перелопачивать горы словесной руды, чтобы представить своей аудитории добротную публикацию или программу.

Занятия, безусловно, делились на лекции и семинары, но на своих парах Светлана Михайловна чаще всего говорила сама. Многие студенты, кому посчастливилось учиться у Сагалович, до сих пор вспоминают ее изумительную манеру рассказывать. Память была – просто феноменальная, сотни томов зарубежной литературы с самыми непохожими сюжетами, тысячи героев, приемы выразительности, стилистические конструкции порой с подтекстом, в ее интерпретации становились близкими и понятными. Раньше каждый шаг – что, как и когда говорить на предметах в вузе было расписано свыше. Никакой свободы, что указано в типовой программе, как написано в учебнике, сколько напечатано в хрестоматии – так нужно было и преподносить материал студентам. Только профессионалы высокой пробы могли сочетать прокрустовы правила и полет творчества. Каждая лекция у Светланы Михайловны Сагалович заканчивались победой – здравого смысла над вопиющей серостью и казенщиной.

Светлана Михайловна всегда понимала студентов. Она была щедра на оценки. Конечно же, преподаватель знала все хитрости сидящих за партами, нас, кто читал произведения отрывками и пересказывал, что и как могли, друг другу. Так «одолевали» нужные по программе тома. Но Светлана Михайловна поддерживала

робкую попытку вспомнить хотя бы приблизительно фабулу произведения:

– Знаю-знаю, вы же читали, просто немного забыли. Давайте все вместе сейчас напомним.

И, представляете, до сих пор держатся в памяти ее ярчайшие изложения о неизменно трагической любви в «Тристане и Изольде», которая пронизывает повествование романа, заставляя делать сложный выбор, уготованный судьбой. Советский строй романтизировал любовь, в разрешенных зарубежных произведениях нам открывались другие грани – конфликт между долгом и чувством, существование высших сил. Сколько раз мы большими аудиториями не сразу, постепенно, проникались сначала уважением, а потом и настоящей любовью к героям из далеких времен, ставили себя на их место, пытались интерпретировать их слова и поступки. Она прислушивалась к еще вчерашним школьникам, стремясь разглядеть в душе каждого светлое, подчеркивала, сколько важно сохранять человеческий облик даже в непростых ситуациях. Ведь настоящая литература на протяжении веков лепила человечность в людях.

Сагалович поощряла дискуссии, с удовольствием отвечала на вопросы студентов, ставила себя на место любимых литературных персонажей, предлагала нам делать то же самое:

– Марина, как вы считаете, чем особенным выделяется творчество Сервантеса?

Вопрос, как говорится, на засыпку. Для студентов. Светлана Михайловна активно поддерживает диалог, грациозно жестикулируя:

– Конечно же, поиском идеала. Один из главных литературных персонажей, созданных автором, Дон Кихот, постоянно хочет помочь кому-то. По подтексту понятно, что вместе с тем он борется с несправедливым устройством общества.

По прошествии 15 минут почти вся аудитория будущих журналистов активно обсуждает добродетели, к которым призывает творчество испанского писателя: свобода личности, жизнь по совести, поклонение добру и гуманизму.

С одной стороны – вроде как опять все выложила на блюдечке, а с другой – все сложные вопросы решены, белые пятна по тексту ликвидированы, и все включены в учебный процесс.

Только преподавателю с безупречным педагогическим тактом и собственной методикой такое под силу. И запомнили мы большинство аксиом из «зарубежки» на всю жизнь.

Светлана Михайловна позволяла себе в те непростые времена, идеологического прессования с прослушкой и доносами, отступление от правил. Запросто могла спросить «чуток» не по программе – а вот вы слышали, что произошло на днях? А вам ничего это не напоминает? Да, открыто идти на амбразуру системы редко кто себе позволял, и чаще всего подобное свободомыслие заканчивалось промыванием мозгов в компетентных органах, но когда перегибы и изнанка той эпохи доставала до мизинцев, хотя бы эзоповым языком, о них говорили.

Так нас учили мыслить. Критически. А чтобы сделать выбор между плохим и хорошим, надо было знать не только суть, но и то, что вокруг нее находится. Хотя до сих пор критическое мышление редко становится реальным фильтром между правдой и ложью. Ее величество Мысль, именно к ней всегда призывала на своих занятиях Светлана Михайловна. Тем более она прекрасно понимала, сколь непредсказуем и даже драматичен труд журналиста – ведь ее муж Николай Велитченко работал на телевидении, стоял у истоков многих известных казахстанских программ, дочь Светлана тоже выбрала стезю журналиста, работала в журналах, на телевидении, на сайтах, и каждый день дома рассказывала о порой парадоксальной журналистской кухне.

Без лишнего антуража, но всегда с теплотой и искренностью, Светлана Михайловна проводила литературные вечера. Мероприятий в университете, конечно, всегда хватало. И что говорить, порой на многие мы ходили с неохотой. А сюда – с желанием и настроением. На литературные вечера С.М. Сагалович нас не заманивали обещанием хорошей оценки, там была атмосфера, которая раскрывала души. Как-то наш однокурсник Миша Бекбаев (увы, так безвременно покинувший этот мир) принес гитару и стал исполнять романсы. Гульвира Илахунова, ныне известный продюсер, с неповторимым артистизмом читала баллады. Я рассказывал стихи на немецком языке. Расходиться совсем не хотелось. Если бы не вахтеры корпуса, сидели бы, наверное, ночь напролет. Кажется, время тогда шло по-другому, не было ненужной торопливости и суеты. Говорили, спорили, нашему наставнику

очень импонировали порой непричесанные, но столь искренние юношеские мысли. На многие вопросы не было ответов. А Светлана Михайловна все же настаивала, что они есть. Где? В мировой литературе, в ее лучших образцах, которые всегда остаются ценными советчиками. Многие струны души могут затронуть произведения, которые актуальны и не выходят из тренда уже много столетий.

Светлана Михайловна преподавала много десятилетий зарубежную литературу, тем не менее, ее научные интересы сконцентрировались на творчестве старейшего сибирского писателя А.А. Сорокина. Она скрупулезно изучала и популяризировала его творчество. Кропотливо исследовала произведения, отмечая с точки зрения классической науки достижения и эволюцию. И в 1984 году защитила кандидатскую диссертацию «Принципы художественного отражения казахской действительности в творчестве А.А. Сорокина». В активном научном поиске она смогла интегрировать типологические связи писателя А.А. Сорокина, сформировавшие его принципы отражения действительности. Указание на социальность его рассказов и повестей стали результатом разработки Светланой Михайловной методологии отражения в творчестве писателя национального колорита. Как человек обстоятельный, свои идеи излагала емко и образно, в процессе исследований в те годы она нашла в архивах много прежде неизвестных источников, которые ввела в научный оборот. Ее диссертация раскрыла черты национального характера казахского народа через публикации Анатолия Михайловича, предложенная систематизация охватила хронологический, методологический и творческий аспекты, определив в целом мотивацию и значение произведений писателя А.А. Сорокина.

Сама Светлана Михайловна много писала, не только научные статьи, но и публицистику, в частности, об Алматы, об интересных людях, размышляла об эпике и смене эпох. Жаль, что лишь малая толика ее эпистолярного творчества опубликована...

С.М. Сагалович заведовала кафедрой истории русской и зарубежной литературы филологического факультета университета на стыке двух столетий – с 1999 по 2002 годы, очень противоречивое время в жизни общества. Политические и экономические изменения напрямую меняли образование, шел активный переход от

советской модели к западной, включающей несколько вариаций. Появилась трехуровневая система подготовки кадров, объемы занятий вместо часов стали мерять кредитами, началось массовое сокращение часов в программах всех специальностей из блока базовой фундаментальной подготовки. Под нож пошли языки, литература. Стало главенствовать требование перевеса в сторону умений от знаний. Сколько было копий сломано, сколько нервных клеток потеряно, но Светлане Михайловне удалось на своем посту сохранить кафедру, сберечь традиции и передать дело всей жизни новым поколениям.

Когда Светлану Михайловну вспоминают коллеги и ученики, то непременно говорят о ее величии. Кто ее видел, знают, что это было именно так – особая стать, манеры и равновесие. Живя в условиях тотального дефицита и серости, она умудрялась изумлять окружающих умением подать себя – деталями костюма, брошкой, духами. Величие у нее было с детства. Училась в школе для девочек – тогда обучение проходило раздельно, и уже тогда она отличалась независимостью, пониманием своих целей. А ведь жизнь ее начиналась совсем не просто: в войну через всю громадную страну вместе с мамой они шли пешком из Украины, чтобы попасть в Алматы. Скитались по квартирам, недоедали, много работали. И эту работоспособность она сохранила в себе навсегда.

Не зря ведь классик Лев Толстой давно сказал в «Педагогических сочинениях», что «если учитель соединяет в себе любовь к делу и ученикам, он – совершенный учитель», и эта мудрая мысль не теряет своей актуальности по-прежнему.

После ухода на заслуженный отдых Светлана Михайловна заведовала литературной частью в ТЮЗе им. Н. Сац, предлагала репертуар и свое видение будущих спектаклей – жанр, количество персонажей, пыталась предугадать судьбу постановки. Мельпомена ее всегда влекла, могу сказать, что ее занятия были своеобразными спектаклями без сцены.

Светлана Михайловна в это время обнаружила новые таланты: сидя дома, стала заниматься украшениями из камнями, делая «хэнд мей» ожерелья, серьги и другую красоту, потому дома завели инструмент, приспособления. У многих остались ее удивительные поделки.

С.М. Сагалович была филологом, но она многое сделала для журналистики нашей страны. Поэтому ее часто вспоминают в журналистских коллективах. Я работал во многих СМИ на разных должностях, но дольше всего – четверть века в моих любимых «Аргументах и фактах». Светлана Михайловна читала практически всю прессу, легендарная газета тоже была у нее каждую неделю. В редкие встречи или по телефону она говорила комплименты о публикациях, давала мудрые советы, предлагала интересные темы. У нее на все был свой особый взгляд, она была не просто замечательным педагогом, но и выдающейся личностью. Не зря ее называли «десятой музой университета».

**Аннотация:** Очерк посвящен жизни и деятельности известного казахстанского педагога, ученого, организатора образования, доцента, кандидата филологических наук С. М. Сагалович. Ее вклад в развитие литературоведения и подготовку кадров является образцом яркого служения любимому делу и примером для будущих поколений.

**Ключевые слова:** диалог, журналистика, мысль, слово, филология.

#### **Harmony of literature and life of Svetlana Sagalovich**

**Abstract:** The essay is dedicated to the life and work of the famous Kazakhstan teacher, scientist, organizer of education, associate professor, candidate of philological sciences S. M. Sagalovich. Her contribution to the development of literature and training is a model of bright service to his beloved work and an example for future generations.

**Key words:** dialogue, journalism, thought, word, philology.

#### **Светлана Сагаловичтің әдебиеті мен өмірінің үйлесімділігі**

**Аңдатпа:** Очерк белгілі қазақстандық ұстаз, ғалым, білім беруді ұйымдастырушы, доцент, филология ғылымдарының кандидаты С.М. Сагаловичтің өмірі мен шығармашылығына арналған. Оның әдебиет пен оқуды дамытуға қосқан үлесі сүйікті жұмысына жарқын қызмет ету үлгісі және болашақ ұрпаққа өнеге болып табылады.

**Түйін сөздер:** диалог, журналистика, ой, сөз, филология.

Сарсекеева Н.К.  
Мейрамгалиева Р.М.  
Касымова Р.Т.

### Памяти Учителя

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, отмечающий в текущем году свое 85-летие, известен инновациями и серьезными достижениями в разных научных областях, среди которых значительное место принадлежит гуманитарным знаниям и, прежде всего, филологии. Авторам статьи судьба подарила счастливую встречу с выдающимся представителем этой науки – академиком, доктором филологических наук, профессором Маей Михайловной Багизбаевой. Она выделялась из многих университетских преподавателей каким-то особенным, природным благородством, естественным аристократизмом, присущим настоящему интеллигенту, великолепной эрудицией и умением слушать других.

На филологическом факультете нашего университета, в ту пору КазГУ им.С.М.Кирова, Мая Михайловна, выпускница аспирантуры при кафедре русского фольклора Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова, успешно защитившая там кандидатскую, позднее – докторскую диссертацию, читала дисциплины «Русское устное народное творчество», «Древняя русская литература», «Поэтика фольклора», «История русской литературы XVIII века», ряд спецкурсов по проблемам взаимодействия фольклора и литературы. С 1963 г. она работала преподавателем кафедры русской и зарубежной литературы университета, потом доцентом, профессором, заведующей кафедрой, в последние годы жизни – ректором Университета мировой литературы и журналистики.

Автор более 200 научных трудов, в том числе монографии «Фольклор семиреченских казаков» в двух частях, монографии «Русский фольклор Восточного Казахстана», методических и учебных пособий, учебников и хрестоматий по русской литературе, всю себя, несмотря на внешнюю хрупкость, она отдавала

работе и окружавшим ее людям. Объектом ее научных изысканий стала очень сложная, до того времени практически не изученная область гуманитарного знания – фольклор семиреченских казаков. Именно так называлась докторская диссертация, успешно защищенная ею в 1985 году.

Мудрый и талантливый руководитель научно-педагогического коллектива, Мая Михайловна сумела сплотить научные силы факультета, привить интерес к сбору и изучению фольклорного материала. Более 20 лет на факультете успешно работали фольклорный кабинет, фольклорная лаборатория «Региональное изучение русского фольклора Казахстана», регулярно отправлялись фольклорные экспедиции в разные области нашей страны. Мы, студенты, в дальнейшем – вузовские и школьные преподаватели, на всю жизнь получили яркий пример самоотверженного служения филологической науке, потрясающие нравственные и духовные уроки.

Результатом научной деятельности Маи Михайловны стали не только сотни статей, учебные пособия, диссертации, но и сформировавшиеся высокопрофессиональные научные кадры, представленные и на факультете, и далеко за его пределами в разных странах и регионах Казахстана. Ее самоотверженными усилиями была создана серьезная научная школа, участники которой выступали с докладами на конференциях в Москве, Ленинграде, Риме, Кишиневе, Алма-Ате и многих других городах. Ее жизнь была заполнена до краев: она выполняла обязанности председателя профсоюзной организации филологического факультета, была председателем Специализированного совета по присуждению ученой степени кандидата филологических наук при КазНУ имени аль-Фараби, членом Специализированного совета по защите докторских диссертаций при НАН РК, членом Совета университета, председателем Союза женщин КазНУ. Для каждого человека, обращавшегося к ней, она находила время, самоотверженно защищая при необходимости права женщин, особенно – женщин – ветеранов университета.

По своему призванию она являлась Учителем, Педагогом, будучи личностью – внимательной, отзывчивой по отношению к коллегам, ученикам, тем самым воспитывая нас, несмотря на уже имевшийся научно-педагогический опыт работы в разных вузах

нашей страны. Ей было свойственно какое-то особое, сердечное волнение за судьбы ее выпускников, нередко – тех малознакомых людей, кто обращался к ней с какой-либо просьбой... Порой она выглядела уставшей, но как только расспрашивала о научных интересах, сразу же оживлялась и начинала задавать вопросы, иногда напомиравшие размышления вслух.

Была всегда доброжелательна, но тверда. Мая Михайловна была везде и всегда желанным участником, мудрым собеседником. Личное обаяние, искренность и простота, высокая культура, широта интересов, глубина мышления притягивали к ней абсолютно разных людей. Все, кто хотя бы однажды слушал ее, неизменно оказывались во власти особого обаяния этой хрупкой внешне, но очень сильной внутри женщиной. Ее пронизательный взгляд всегда помогал ей находить людей, близких по духу и устремлениям.

Она была в высшей степени уважительна к коллегам независимо от их опыта и статуса, тактична и доброжелательна. Она никогда не оставалась равнодушной, умела видеть перспективы. Несмотря на все звания и титулы, была скромна как внешне, так и в общении с коллегами. Притягивая как магнитом, она умела создавать «команду» единомышленников, как теперь говорят. Умела находить самые нужные слова, неизменно подчеркивая, что каждый – личность, следовательно, имеет право на собственное суждение.

На филологическом факультете традиция выступлений молодых поэтов и начинающих писателей, читающих свои произведения для преподавателей и студентов. Мая Михайловна умела найти для каждого из них слова ободрения и поддержки, которые так необходимы всем творческим людям! Вспоминается, как однажды, обращаясь к сидевшим в аудитории преподавателям и студентам факультета во время одной из таких встреч, она сказала, что все вместе мы делаем одно общее дело, являемся участниками *«со – Бытия»* согласно концепции М.М.Бахтина.

Мая Михайловна Багизбаева оставила яркий след на земле – своими выступлениями, статьями, монографиями, книгами, учебниками, написанными в соавторстве с многочисленными учениками, являющимися ныне известными учеными и специалистами. Она была супругой, спутницей жизни великого чело-

века, академика НАН РК, Строителя Казахского национального университета – Умирбека Арслановича Джолдасбекова, которому подарила сына и одаренных дочерей. Одна из них – Баян Умирбековна Джолдасбекова, член-корреспондент НАН РК, доктор филологических наук, профессор, на протяжении многих лет заведует кафедрой русской филологии и мировой литературы КазНУ имени Аль-Фараби, достойно продолжая и приумножая научные и духовно-нравственные традиции, заложенные ее великими родителями. Когда так неожиданно оборвалась жизнь Май Михайловны, многие из нас почувствовали себя осиротевшими. Трудно и до сих пор поверить, что ее нет: такое впечатление, как будто она уехала в одну из многочисленных командировок, задержалась, но вот-вот вернется...

Не верится и до сих пор, что больше не увидим ее внимательных глаз, не услышим ее голос, не испытаем ауру доброжелательности, энергию творца, которая исходила от нее... Ошеломившая всех скоропостижная кончина Май Михайловны не дала «состояться» ее старости. У известного русского поэта – «шестидесятника» XX века, Е.Евтушенко, есть такие строки: *«Неважно, есть ли у тебя исследователи, А важно, есть ли у тебя последователи»*. Последователей у Май Михайловны – много, а значит, она остается с нами. В мае этого года уже в 11-й раз прошла Международная научная конференция, посвященная ее памяти – XI Багизбаевские чтения, в которой по давней традиции участвуют известные ученые из дальнего и ближнего зарубежья.

Всесторонне образованная, привившая многим из общавшихся с ней подлинную культуру, она вырастила целое поколение прекрасных специалистов, оставила неизгладимый след в сердцах знавших ее людей. *“Verba volant, scripta manent”* – *“Слова улетают, написанное остается”*. Остались книги, написанные Маей Михайловной, остались ее ученики и последователи, продолжающие творческий и научный поиск, начатый ею. Осталась память об Учителе – человеке со светлой душой. Мы благодарны Судьбе за то, что она подарила нам встречу с Ним.

**Аннотация:** Статья носит имиджевый характер и посвящена М.М. Багизбаевой, которая долгие годы возглавляла кафедру русской и зарубежной литературы Казахского национального университета имени аль-Фараби. Речь идет о

школе изучения русского фольклора Казахстана, которую создала М.Багизбаева. Рассмотрены научные и духовные традиции, заложенные ею на филологическом факультете университета. Приводятся личные воспоминания авторов статьи о лекциях, встречах и беседах с М.М.Багизбаевой. Обобщен педагогический опыт и потенциал личности педагога.

**Ключевые слова:** научные традиции, культура, личность, учитель, филология, педагогический опыт, русский фольклор Казахстана

**Abstract:** The article is of an image character and is dedicated to M.M. Bagizbaeva, who for many years headed the department of Russian and foreign literature of the Kazakh National University named after al-Farabi. It is a question of the school of studying Russian folklore of Kazakhstan, which M. Bagizbaeva created. The scientific and spiritual traditions, laid by her at the philological faculty of the university, are considered. The personal memories of the authors of the article about lectures, meetings and conversations with M. Bagizbaeva are given. The pedagogical experience and potential of the Personality of the Educator is generalized.

**Key words:** scientific traditions, culture, personality, teacher, philology, pedagogical experience, Russian folklore of Kazakhstan

**Аңдатпа:** Мақалада әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың орыс және шетел әдебиеті кафедрасын басқарған М.Багызбаеваға арналады. Бұл М.Бағызбаева құрған Қазақстанның орыс фольклорын оқып үйрену мектебі. Университеттің филология факультетінде құрылған ғылыми және рухани дәстүрлер қарастырылады. Мақала авторлары М.Бағызбаевамен дәрістер, кездесулер мен әңгімелер туралы жеке естеліктер берілген. Мұғалімнің педагогикалық тәжірибесі мен потенциалы туралы қорытынды жасалады.

**Түйін сөздер:** ғылыми дәстүрлер, мәдениет, тұлға, педагог, филология, педагогикалық тәжірибе, Қазақстанның орыс фольклоры

### Памяти Ширин Акинер

Из Великобритании пришла печальная новость: в апреле 2019 г. на 76-м году жизни скончалась Ширин Акинер. Она была ведущим британским экспертом по Центральной Азии, доктором наук, профессором Школы восточных и африканских исследований, член-корреспондентом Королевского института международных отношений.

Ширин Акинер являлась членом редколлегии нашего сборника научных работ «PR и СМИ в Казахстане».

Настоящий ученый, исследователь, поисковик, она была замечательным человеком и искренней, доброй подружкой.

Сразу после развала Союза Ширин стала приезжать в страны Центральной Азии и Казахстан. Мы познакомились с ней в ее первую поездку в Казахстан, и потом обязательно, когда она была в Казахстане, мы находили возможность встретиться друг с другом. Ширин всегда интересовалась моими статьями и книгами, и я ей постоянно передавала книги или при встрече, или с okazji в Лондон. Вели переписку по электронной почте и сети.

Мы были с ней на журналистских форумах и женских конференциях в разных странах, в том числе и в Таджикистане.

Иманды болсын!

**Ахметова Лайла**



*На фотографии в 2002 году в Душанбе слева направо: Роза Айтматова (Кыргызстан), Лайла Ахметова (Казахстан), Ширин Акинер (Великобритания)*

# СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

1. Адилова Людмила Фёдоровна – доктор политических наук, профессор кафедры политической социологии Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Россия.

2. Балымбетова Боксыбай – магистрант Казахского национального университета имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

3. Барлыбаева Сауле Хатиятовна – доктор исторических наук, профессор факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

4. Бекболатулы Жетписбай – к.э.н., профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, член Клуба PR-shy, Алматы, Казахстан.

5. Бердигожина Зухра Шихиевна – учитель истории первого (продвинутого) уровня школы № 32 г. Алматы, лауреат Международного Пушкинского конкурса, Алматы, Казахстан.

6. Вережкин Алексей Валентинович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

7. Гарбузарова Елена Геннадьевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры политологии Кыргызско-Российского Славянского университета, Бишкек, Кыргызстан.

8. Караулова Асель – Президент Казахстанского Пресс-Клуба, Генеральный директор компании PG Communications, Председатель Совета НАСО РК, сооснователь Клуба PR-shy, Алматы, Казахстан.

9. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение», Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

10. Муканова Гюльнар Кайроллиновна – кандидат исторических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

11. Нода Лариса Павловна – ст. преподаватель, факультет журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, лауреат Международного Пушкинского конкурса, лауреат премии Союза журналистов Казахстана, Алматы, Казахстан.

12. Спабекова Жанар – аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

13. Тахан Серик Шешенбайұлы – доктор филологических наук, профессор кафедры «Телерадио и связей с общественностью» Евразийского национально-го университета имени Л.Н. Гумилева, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

14. Хакимова Тиыштик – п.ғ.к, доцент, информатика кафедрасы, ақпараттық технологиялар факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

15. Шынғысова Назгуль Турсынбаевна – доктор филологическх наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Қазақстан.

## **ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА**

1. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио, Алматы, Қазақстан.

2. Дзялошинский Иосиф Михайлович – доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

3. Жақсылықбаева Римма Серікәліқызы – Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының профессор м.а., Алматы, Қазақстан.

4. Мухамедиева Н.Б. – Халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасының, аға оқытушысы, Алматы, Қазақстан.

5. Шорохов Дмитрий Павлович – кандидат филологических наук, доцент КазМУИТ, член Союза художников Республики Казахстан, Алматы, Қазақстан.

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

1. Адилова Людмила Фёдоровна – доктор политических наук, профессор кафедры политической социологии Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Россия

2. Бокшань Галина Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Херсонского государственного аграрного университета, Украина.

3. Бондаренко Марина Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы Государственного социально-гуманитарного университета, Коломна, Россия.

4. Гиздатов Газинур Габдуллаевич – доктор филологических наук, профессор, Казахский Университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Қазақстан.

5. Дубова Марина Анатольевна – доктор филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского языка ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет», Коломна, Россия.

6. Капырина Татьяна Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Государственного социально-гуманитарного университета, Коломна, Россия.

7. Корюкова Елена Львовна – учитель МБОУ СОШ № 16 г. Киров, Россия

8. Кудрявцев Владимир – доктор психологических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО «Культурно-историческая психология детства» Московского государственного психолого-педагогического Университета, Россия.

9. Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной Кадровой Академии (г. Киев), действительный член Евразийской Академии телевидения и радио, Украина.

10. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

11. Лубнина Ирина Леонидовна – заместитель директора МБОУ СОШ № 16. Киров, Россия

12. Политова Ирина Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка ГОУ ВО МО «ГСГУ», Коломна, Россия.

13. Уразалиева Г.К. – кандидат философских наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, социологический факультет, кафедра теории и истории социологии, Россия, Москва.

#### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

1. Абдиманова Алуа Куанышевна – магистрантка Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан.

2. Абдраш Асель – магистрант Университета «Туран», специальность «режиссура», Алматы, Казахстан.

3. Голованова Ирина Сергеевна – аспирант РГГУ, помощник заместителя Председателя Государственной Думы ФС РФ О.Н. Епифановой, Москва, Россия.

4. Yessimova Manshuk Syilikovna – Al-Farabi KazNU, Doctoral student.

5. Касенова Айгуль Аскарбековна – магистрантка Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан.

6. Koilybayeva S.S. – Research Assistant of al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhshtan.

7. Қойлыбай Әзімбек Әбдіқұлұлы – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті, Баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының 1-курс студенті. Алматы, Қазақстан.

8. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение» Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

9. Мулдашева Айнура Талгатовна – магистрант 2 курса по специальности «Международная журналистика», Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

10. Нурбекова Акерке Бактыбайкызы – магистрант 2 курса по специальности «Связь с общественностью», Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

11. Попова Айна Александровна – магистрант 1 курса исторического факультета Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, г. Якутск, Россия.

12. Смаил Дәрмен – аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Журналистика факультеті Баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының, ғылыми жетекшісі. Алматы, Қазақстан.

13. Тахан Серик Шешенбайұлы – научный руководитель, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики и политологии Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

14. Тельманова Сауле Атабек кызы – магистрант Казахского университета международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, Алматы, Казахстан.

15. Шукуева Меруерт Нурлановна – магистрант 1 курса факультета журналистики Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, г. Нур-Султан, Казахстан.

## **ГЛАВА V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ**

1. Алина Анар Дулатбековна – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті және Хангук шет тілдер университетінің магистранты. Алматы, Қазақстан.

2. Ахметжанова Ажар Токсановна – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, тарих, археология және этнология факультеті, Қазақстан тарихы кафедрасының доценті т.ғ.к. Алматы, Қазақстан.

3. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио, Алматы, Казахстан.

4. Байдавлетова Мадина Досбергеновна – доцент кафедры истории Казахстана, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

5. Касымова Рашида Таукеловна – доктор педагогических наук, профессор, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

6. Мейрамғалиева Райгуль Манаповна – кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

7. Нода Лариса Павловна – ст. преподаватель факультета журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, лауреат Международного Пушкинского конкурса, лауреат премии Союза журналистов Казахстана, Алматы, Казахстан.

8. Сарсекеева Наталья Канталиевна – кандидат филологических наук, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Модель транзита власти в Казахстане: влияние на имидж государства .....	3
<i>Барлыбаева С.Х.</i> Развитие социальных сетей в мире и в Казахстане .....	7
<i>Бекболатулы Ж., Караулова А.</i> Связи с общественностью в Казахстане: история и современность .....	17
<i>Веревкин А.В., Лифанов С.А.</i> Социологическое определение актуальных проблем медиаобразования .....	27
<i>Гарбузарова Е.Г.</i> Проблемы формирования единого Евразийского информационного пространства .....	34
<i>Муканова Г.К.</i> Институциональная идентичность и политтехнологии в Центральной Азии, роль PR и медиа .....	41
<i>Нода Л.П., Бердигожина З.Ш.</i> Дом Муз, или Public relations: основные направления взаимодействия школьного музея с обществом .....	50
<i>Тахан С.Ш.</i> PR-деятельность по популяризации казахстанской культуры за рубежом .....	56
<i>Хакимова Т., Спабекова Ж.</i> Қазақстандағы жасыл технологиялар .....	64
<i>Шыңғысова Н.Т., Балымбетов Б.Д.</i> Қазақстандық БАҚ-та SMM және digital стратегиялардың қолданылу мәселелері .....	70

## ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

<i>Ахметова Л.С.</i> ПОБЕДИЛИ ВМЕСТЕ! .....	81
<i>Дзялошинский И.М.</i> Тексты и текстойды, или что происходит с автором? .....	91
<i>Жақсылықбаева Р.С.</i> Журналистің шығармашылық табиғаты: ізденістері мен тәжірибесі .....	105
<i>Мухамедиева Н.Б.</i> Халықаралық әскери қақтығыстардың жаңа мүмкіндіктері .....	113

<i>Шорохов Д.П.</i> Фактчекинг и медийная грамотность: на примере анализа экспертного мнения .....	116
---	-----

### ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Новое прочтение истории: конструирование новой реальности .....	126
<i>Бокшань Г.И.</i> Неомифологическая картина мира в рассказах и новеллах Галины Пагутяк.	135
<i>Гиздатов Г.Г.</i> Постмодерн в приложении к медиальному пространству .....	145
<i>Дубова М.А.</i> Концептуальная лексема «сон» как способ репрезентации пространственного континуума рассказа В. Брюсова «В башне» .....	156
<i>Капырина Т.А., Бондаренко М.И.</i> Поэтика и компаративистика: традиционность в вузовском образовании .....	163
<i>Кудрявцев В.</i> Зачем человеку нужна «короткая память»? .....	169
<i>Лебедева Н.А.</i> Памяти Николая Вишняка (к 30-тилетию вывода Советских войск из Афганистана) .....	175
<i>Лифанова Т.Ю.</i> Латинский язык: к основам философской терминологии .....	189
<i>Лубнина И.Л., Корюкова Е.Л.</i> Это наша с тобой биография. Опыт работы педагогов школы №16 города Кирова (Россия) .....	198
<i>Политова И.Н.</i> Формирование интереса к изучению родного языка у студентов и школьников .....	205
<i>Уразалиева Г.К.</i> Судьба казаха в «Буранном полустанке» Чингиза Айтматова .....	212

### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

<i>Абдиманова А.К.</i> Культурная память в казахстанском медиадискурсе .....	221
<i>Абдраш А.</i> Внутренний конфликт режиссера документального кино .....	228

<i>Голованова И.С.</i> Социальные ресурсы парламентских политических партий России и новые медиа .....	236
<i>Yessimova M.S.</i> Media Education and International Standards of Journalism .....	246
<i>Koilybayeva S.S.</i> Linguistic research of gender .....	252
<i>Қойлыбай Ә.Ә.</i> Медиабілімді арттырудағы кітаптың рөлі .....	264
<i>Лифанов С.А.</i> Нетрадиционные религиозные культы: методы вербовки деструктивных сект .....	277
<i>Muldasheva A.T.</i> Immersive Journalism in Mediareality .....	286
<i>Нурбекова А.Б.</i> Концепция сохранения конкурентоспособности телевизионной рекламы в эпоху массового информационного потока .....	297
<i>Попова А.А.</i> Роль современной фотожурналистики в передаче информации и современная якутская фотожурналистика в медиасфере интернета .....	304
<i>Telmanova S.A.</i> Rhetorical constructs in the American media discourse .....	312
<i>Шукуева М.Н.</i> Современная роль мультимедийных технологий в информационном пространстве Казахстана .....	319

## ГЛАВА V. ҚАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ. НОВОСТИ

<i>Алина А.Д.</i> Біз – ҚазҰУ және Хангук шет тілдер университетінің магистранттары – туған жеріміздің тарихы мен мәдениетімен мақтан тұтамыз .....	327
<i>Ахметжанова А.Т., Байдаuletova М.Д.</i> Наш долг – знать и помнить своих замечательных выпускников (Габбас Жуматович Жуматов и Шагила Акимбаевна Кусанова) .....	331
<i>Ахметова Л.С.</i> Анатолий Аристархович Носков .....	336
<i>Нода Л.П.</i> PR на факультете журналистики .....	345

<i>Рожков А.В.</i>	
Гармония литературы и жизни Светланы Сагалович .....	350
<i>Сарсекеева Н.К., Мейрамгалиева Р.М., Касымова Р.Т.</i>	
Памяти Учителя .....	357
<i>Ахметова Л.С.</i>	
Памяти Ширин Акинер .....	362

Научное издание

## **PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ**

*Сборник научных трудов*

Выпуск 17

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ**

*Ғылыми еңбектер жинағы*

17-шығарылым

*Составитель и главный редактор*

*Лайла Сейсембековна Ахметова*

Выпускающий редактор *Г. Бекбердиева*

Компьютерная верстка *А. Алдашевой*

Дизайн обложки *А. Калиевой*

**ИБ № 12855**

Подписано в печать 13.06.2019. Формат 60x84<sup>1/16</sup>. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Объем 23,2 п.л. Тираж 70 экз. Заказ 3973.

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»