

## PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ

*Сборник научных трудов*

Выпуск 15

Составитель и главный редактор  
Л.С. Ахметова

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ

*Ғылыми еңбектер жинағы*

15-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.*

*Работа выполнена в рамках грантового проекта МОН РК AP05135021  
«Разработка национальной модели казахстанского медиаобразования  
в контексте модернизации общественного сознания и реализации приоритетов  
«Мәңгілік ел»»*

**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

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

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

**Моулд Д.** – профессор, Огайо, США

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

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

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

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

Р 90 **PR и СМИ** в Казахстане: сборник научных трудов. – Қазақстандағы PR және БАҚ: ғылыми еңбектер жинағы / сост. и гл. ред. Л.С. Ахметова. – Вып. 15. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 264 с.

**ISBN 978-601-04-3464-6**

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 15 выпуске сборника – статьи из Венгрии, Казахстана, России, Турции, Украины, Кыргызстана.

**УДК 070.378**

ISBN 978-601-04-3464-6

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

# Глава I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Адилова Л.Ф.

## **Образ Евразийского союза: болевые точки, оценка эффективности**

Анализ формирования внешнеполитических образов выявил существующие в массовом сознании противоречивые ценности, которые объясняют состояние и тенденции развития, социально-политические изменения, противоречивые трансформационные процессы.

Характер представлений о себе на постсоветском пространстве и восприятие другими, может повлиять на процесс конструирования картины внешнего мира, имиджа Евразийского союза. Не случайно, наибольшую известность получили исследования, учитывающие совокупность факторов, объясняющих специфику национального развития.

Динамика характерных представлений отражает образ России и других стран-участниц Евразийского проекта в представлениях внешнего окружения, позволяет проанализировать восприятие не только внешнего, но и внутреннего образа. Сосредоточив внимание на анализе восприятия внешнего образа, можно скорректировать восприятие общественностью самих стран-участниц, выявить внутренний образ. Россия, с ее особой культурной и национальной самобытностью, слабо использует постмодернистские и традиционные ценности, а также фундаментальные обоснования своей цивилизационной привлекательности. Острота проблемы заключается в слабом изучении суммы конфликтующих ценностей, компаративистского подхода. Компаративные проекты позволяют увидеть в исследуемых процессах общее и особенное, выявить специфические особенности привлекательности национального развития, определить взаимосвязи изменений, происходящих в ценностях в Евразийских государствах. Однако, при изучении интеграционных процессов и тенденций, фиксируемых в рамках Евразийского пространства, акцент делается не на специ-

фике интеграции, а на взаимообусловленности интеграции. Несомненно, что проблемы современной России и стран-участниц Евразийского проекта связаны с особенностью трансформации и институционализации государств Евразийского проекта, но и с реконструкцией традиционных основ и ценностей, укрепления гуманитарных, информационных и культурных обменов. «Коммуникационная культура как часть американского гегемонизма окрепла на дрожжах глобализации, довела до совершенства теорию и практику информационных войн и цветных революций ради социальных конфликтов и смены режимов, что произошло в ряде постсоветских государств» [1].

На этапе изучения динамики Евразийского проекта целенаправленно действуют представители политических элит, лидеры мнений, СМИ, создавая репрезентативную реальность. Образ Евразийского союза в общественном мнении отождествляется с представлениями о роли государств проекта в информационном пространстве. Для продвижения позитивных представлений об Евразийском союзе важен механизм продвижения позитивного образа, символы успеха в политических, социальных, экономических сферах. Законы динамики моды, образцы поведения в пространстве массовых коммуникаций позволят внедрить культуру Евразийства. Однако, базисные факторы и ценности, составляющие основу функционирования Евразийского союза, не следует подвергать ситуационным изменениям.

Владимир Путин и Нурсултан Назарбаев являются лидерами и драйверами Евразийского проекта, формируют новые представления о нем, определяют его политику.

Идеи и символы евразийской интеграции оказывают существенное воздействие на процессы развития и коммуникацию постсоветских государств. Исключительная важность символической коммуникации осознается исследователями информационного общества как Уэбстер Ф. [2], Кастельс М. [3] Массовое сознание претерпело смену приоритетов – от экономических и политических до ценностных, имея ввиду, что динамика информационных процессов зависит от имиджевой брендинговой проработки Евразийского проекта, испытывающего на себе одновременное воздействие трансформационных и кризисных процессов. Нужна целевая программа по корректировке образа России и

стран, входящих в ЕАЭС, нацеленная на внешнюю и на внутреннюю общественность. СМИ на конкретных примерах повседневной жизни рядовых граждан могут дать почувствовать читателям и зрителям, что вместе мы можем, используя наши конкурентные преимущества, сильные стороны, осмысленно подойти к позиционированию собственной уникальности.

Стратегический проект Евразийского союза может выступать как интеграционная основа национального возрождения России в глобализирующемся мире, способствовать положительной идентификации, формулировать ориентиры для нового поколения россиян предлагать реалистический образ многонационального Евразийского союза. Так как мир стал более зависим от массовых коммуникаций и статус институтов таких, как Евразийский союз, стал определяться местом, которое они занимают в стране и мире. Ценностные ориентации евразийской интеграции, которые репрезентируют СМИ, во многом определяют современные модели поведения, создают значимые образцы – эталоны, которые сопровождают человека всю жизнь и оказывают основополагающее влияние на его мировоззрение. Граждане стран участниц Евразийского проекта часто перенимают те нормы поведения, которые транслируются СМИ.

На наш взгляд, следует изменить знаково-символическую политику, и, в частности, провести трансформацию Евразийского информационного пространства, создать механизм целенаправленного продвижения евразийских ценностей.

Новый способ интеграции Евразийского союза, который заключается в генерировании знаний, качественных изменений в экономических, социальных, культурных, духовных сферах стран-участниц проекта пока не освоен. Поскольку Евразийский союз не получил широкой информационной и экспертной поддержки, разъяснение ценностей и реальных выгод интеграции ЕАЭС в СМИ продвигается медленно. Экспертное сообщество не успевает отреагировать на форсированное вступление в Евразийское сообщество новых членов и происходящие в связи с этим изменения в виртуально символической среде. Более того, Евразийский союз еще не заработал, не выработаны его визуальные содержательные составляющие, а у рядовых граждан складывается впечатление, что проект является «верхушечным».

Следует отметить, что в то время как в сознании участников Евразийского проекта наблюдается разрыв между желаемым и реальным имиджем, международный имидж укрепляет положение государств-участниц проекта на международной арене, способствует повышению национального самосознания, формирует национальную идентичность и тем самым представляет конкурентные преимущества, ставит участников проекта в заведомо выгодное положение. При этом усиливая положительное впечатление о ЕАЭС, брендинг государства является инструментом создания и поддержания конкурентных преимуществ взаимодействия участников проекта [4].

В этой связи профессиональная информационная, имиджевая политика государства способна изменить ситуацию. Создать структуры для поддержания информационного рациона, меню, почву для взаимопонимания, адекватного восприятия друг друга и содержательное сотрудничество в образовательной, гуманитарной сферах позволит позиционировать ЕАЭС как пространство общих ценностей, защиты от цветных революций, актуализирует саму проблему управления и корректировки восприятия, продвижения позитивного имиджа стран-участниц Евразийского проекта.

На фоне дестабилизации внешних угроз объединительные процессы стратегически важны для всех стран евразийского пространства. Фактически идет процесс выработки обновленной концепции евразийской интеграции, учитывающей новые геополитические условия.

В то же время впервые за весь постсоветский период реально заработали институты международной интеграции, наделенные наднациональными функциями регулирования интеграционного процесса. Учитывая научный интерес к проблеме институционализации Евразийского Экономического союза и формирования его позитивного образа и бренда, довольно неожиданным оказалось, что диалектика представлений о нем, как в самой России, так и в странах участниц проекта, слабо изучается. В массовом сознании на незавершенность евразийской интеграции накладывается неясность ее статуса в международной иерархии.

Высокая динамика и растущее многообразие евразийских интеграционных процессов требует непрерывной экспертной

работы, расширения научных, публичных площадок, обсуждения, диагностики расширения форматов взаимодействия, дискуссии о России и в странах Евразии

Социальная стабильность и ценностное единство зависят от их приверженности к интеграции, которая идет активно, однако, это не относится к культурно-гуманитарной сфере, а значит и к формированию объединяющих смыслов и ценностей евразийской идентичности. А это система духовных и нравственных ценностей, уважение к личности, взаимообогащение культур, единый вектор массовых представлений. Не менее важно в формировании евразийской идентичности создание единого образовательного и информационного пространства, наличие объединяющих мировоззренческих и ценностных предпочтений, не разрывающих символические параметры исторической памяти, ценностно-нормативную систему, характерных для обществ Евразии.

Россия может и должна выступать проводником новых идей, ценностей, трендов на постсоветском пространстве.

#### Литература

- 1 Макаревич Э.Ф. Блеск и нищета массовых коммуникаций. М.: Изд-во АНО «Парламентская газ.», 2016. С. 397.
- 2 Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 96-97.
- 3 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 39.
- 4 Василенко И.А. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. Москва: Экономика, 2014. С.16-17.

**Адилова Л.Ф.**

**Образ Евразийского союза: болевые точки, оценка эффективности**

**Аннотация.** Статья посвящена имиджевой коммуникации Евразийского союза, проблемам проектирования внешнеполитических образов в СМИ, росту значения символической коммуникации.

**Ключевые слова:** Имидж Евразийского союза, проектирование внешнеполитических образов, ценности Евразийского союза, конфликтующие ценности.

**Barlybayeva S.Kh.**

### **New mass media**

The traditional division of media policy and the telecommunication policy become outdated. In a number of the countries come to a conclusion about necessity of development of a uniform communication policy though in distinction practice between concrete technologies (for example broadcasting and telephony) will remain.

Since 1980s last of XX centuries about the newest mass media to which carry cable-satellite TV, the Internet, the video text, a teletext, a cellular-mobile telephony, fiber- optical communication, the Internet, direct telecasting, ТВЧ (high definition television), an interactive and digital broadcasting, began to speak as about independent mass media.

One of G.P. Bakulev's (1996) latest works in this area was devoted to world experience. First, the investigator noted that a considerable and constantly growing division of «manufacture» of the information and its distribution come from: the offer of information production and its consumption leave from under exclusive control of suppliers of the maintenance that allows alternative communication means to function in less centralized on comparison with «an old» broadcasting forms.

Secondly, huge, practically nothing the limited throughput of a cable, satellite and video, does opened for the consumer all information field of the world. Thirdly, it is higher degree of interactivity, communication with the consumer, the big flexibility of forms and ways, not peculiar traditional mass media. Thanks to redistribution of functions and repertoire each of mass media is used there where its unique natural advantages are in the best way shown. Radio, cable and satellite TV, despite all difficulties of interaction, coexist, supplementing, stimulating, changing each other [1].

About integration and even replacement of verbal types of information with the screen write not only researchers of mass communication, but also writers, teachers. "In modern networks traditional publishing technologies are integrated with technologies audiovisual, uniting various types of the maintenance. Similar



integration leads to that the information industry extends, erasing rigid borders between sectors of traditional systems mass media and creating new open media systems” [2].

The newest ИКТ have allowed to pass not only to large-scale transfer of the information saved up by mankind in the electronic form, but also to creation of a great number of new information resources in electronic form: flash cards, CD-disks, DVD- disks, cartridges, diskettes and other data carriers. These forms of representation of the various audiovisual, multimedia information allow to organize processes of manufacture, storage and information distribution at qualitatively new level.

Now the digital, multimedia interactive communication technology expands the borders between the countries, becomes more accessible in different regions of the world. There is a merge between transferring channels both telephone, and cable networks. The sector mass communication becomes exchange capable and inter additional. «Integration of all kinds of communications on the basis of an optic-fiber cable in telecommunication structure serves some kind of “the central nervous system of all society” [3].

The merge of computer, broadcasting and telecommunication technologies is observed. This rapprochement and interaction will change communication system and a media landscape. Such use of a cable by the telephone companies already gives today effect in creation of information super highways. For last decade the scientific turn included new concepts which characterize modern lines new mass media, a new information epoch. So, for example, «digitalization» (from an English word – “digital” – digital, i.e. transformation of the maintenance of mass-media to the digital form), the increased interactivity of communication processes which has given a way to the intercourse form of communication, opens road to a personal, individual choice of audience which of the information consumer becomes the manufacturer of the new maintenance.

Special hopes are assigned to a fiber-optical cable which becomes the cheapest means of dissemination of video signal. These thin glass wires possess surprising spaciousness for transfer of huge number of information channels. Fiber-optical communication lines can pass TV signals in many thousand times faster. Only the same volume of the information, as one ton of a copper cable can transfer 70 pounds of

a fiber-optical cable. Not less important and that for manufacture of 70 pounds of a fiber-optical cable 5 % of the energy necessary for manufacture of one ton of a copper cable are required only. Both on materials, and on power expenses manufacture of this kind of a cable is analog of new economy.

As a result of technological changes traditional methods of manufacture, storage, distribution and reception of communication messages video changed and supplemented. The standard of digital sound system of a format of CD has made the present revolution by release of disks and equipment for their reproduction. The event was so outstanding that audio equipment history have started to divide into two stages: till a birth of a disk of CD and after it. The system of CD of the first has brought two innovations in mass audio equipment, namely: digital processing and an optical way of record. The next years these innovations had the further development and in other areas of sound and audiovisual technique.

While uniform, all recognized definition of new mass media still doesn't exist yet, however many researchers come to general characteristics of new media. First, they "are adhered" to the screen. Secondly, they offer simultaneously the text, a sound, the video image, both a static picture, and moving images. New media are to some extent interactive.

In extending space media, the press, analog radio and television are perceived as "the old" mass-media, new channels of delivery of the information and the information itself, based on digitalization, defined as "new media". Other offered definition describes new media as "channels of digital communications in which the text, graphic and moving images, a sound are presented in uniform «a package» and which have various modes of production, distributions, reception and end-product storage" [4].

According to Professor E.L.Vartanova' opinion, to the mass consumer transition to an information society will facilitate not the computer, and digital TV. [5].The feature of the new mass-media became the character change of communication. In them it is difficult to distinguish the mass and personal form of communication, a mass and not mass news media. Consumption of new media has and will have more individual character. There is a process of «demassification». New mass-media increase possibilities

of communication. Electronic new mass-media offer different interactive interaction of the user and the manufacturer, and also the distributor of the maintenance. New mass media give the chance to carry out interpersonal intercourse. The bright proof that—the Internet development. Interpersonal intercourse is possible thanks to e-mail or Internet phone. The Internet, satellite (space) television are one of the main components of process of globalization. They are global inherently. Consequences of evolution new mass media are global also, their introduction and development already changes today forms of consumption of the information.

Analyzing history mass communication, Professor Dennis McQuail allocates four main elements which define a course of the history:

- It is a technology,
- A political, economic and cultural situation in a society,
- Kinds of activity, function and requirement of a society,
- The people representing different social groups and classes (6).

The American researcher Manuel Castells adds to the existing factors, reflected technological development:

- A condition of knowledge in a society,
- Certain industrial and organizational “environment”,
- The skills, necessary for definition of a technical problem and its decision,
- The special economic mentality, helping to achieve profitableness in manufacture of the newest technical appendices,
- Presence in a society of a network of manufacturers and the users capable to communications in sphere of creation and use of these appendices [7].

The information industry extends, erasing borders between sectors of traditional systems of mass-media and creating new mass communications and information. At a certain stage of development of information technology, especially in 1980-1990s appear new mass media (global computer networks, the Internet, satellite and cable TV, a fiber-optical, interactive, digital broadcasting, systems of the video text and others) that was an incitement in research of these new kinds of communications.

As the Dean of Journalism Faculty of M.V. Lomonosov Moscow State University Professor E.L. Vartanova marks, “in despite of

considerable progress in the international cooperation, an information society is represented today more likely national, than the international project. And the new media is also the phenomenon not only and not so much technologically, how many national caused. The concrete practice shows that each state rather individually approaches to the consideration and decision of the given problem” [8].

The new level of functioning of mass media involves qualitatively reconsideration of communication theories. In 1970-1980s of XX centuries researchers foretold that use of new technologies will raise a standard of living and will reduce an inequality between the countries. In 199s a number of scientists expressed anxiety that the new communication technology creates a new kind of social classes – “the rich in information” and “the poor in information”.

At the beginning of XXI century the new democratic understanding of freedom of the information in the spirit of a priority of universal values, laws and norms of international law in information relations of the countries was developed. From extremely wide understanding of a way of the message as messages on achievements of progress theorists even more often address to discussion of concrete questions on national priorities, cultural traditions and even mentality of perception. These discussions with the appearance of satellite television have especially become aggravated.

Development of global communication highways is pressing question now. Many international organizations underline the importance of information-technological sector for construction of a global information infrastructure. The leading part in it is played by technologically succeeding countries. The revolutions in sphere of human culture in many respects were result of changes in ways of transfer and information distributions. They have considerably changed public organization, manufacture and distribution of material benefits in societies, became pre-messengers of social and economic transformations.

The Internet has absorbed and summarized in itself all information saved up by mankind. It is possible to present the Internet as developing web of disorder, mutually crossed communications – satellite, fiber-optical, telephone and different kinds of channel relines connecting millions of computers all over the world. The Internet facilitates creation, transfer and information reception. Today the Internet is

not only information- advertising environment, environment for intercourse, but also a fertile soil for small and big business.

The Internet is today not only the largest well of the information, but also the unique environment of intercourse of people where exist set of various debatable clubs, teleconferences, every possible a chat-rooms (intercourse rooms). Without association of efforts of all countries for acceptance of corresponding laws and development of the international cooperation in this area not to manage. Already in immediate prospects global communication systems and communications will entangle a planet the high-speed highways. The Internet was an incitement for development of new mass media.

The free confederation of the interconnected networks – the Internet – has appeared over 40 years ago and has changed multimedia of XXI century. The idea of transfer on the Internet of the moving video image has already found the embodiment in real time. This technology is used not only for telecasting, transfer of video recordings, news, but also to negotiations of usual Internet users with each other, for the organization of video of meetings and teleconferences with many participants. The Internet quickly becomes attribute of house owners in different corners of the world. Researchers come to a conclusion that the number of users this network is in a certain correlation with owners of personal computers, development of telecommunications, and also the governmental policy.

The new mass communications have made the acquisition of knowledge easier, have provided access to funds of libraries, universities, museums, have accelerated the post reference both other national and transnational information-cultural services. Unlike traditional mass-media Internet users from passive recipients of the information turn in its active converters, founders and distributors. The Internet gradually comes to different corners of the world, opening new possibilities for development of economy, culture, formation, a science, public life and business.

In the expanding media space, press, analog radio and television are seen as «old», traditional media, the new channels of information delivery and the information itself, based on the digitalization (conversion to a digital standard), defined as «new media».

The character changing of communication had become as a feature of the new Mass Media. They are difficult to distinguish the shape

of mass and personal communications, Mass Media and non -Mass Media. The consumption of new Mass Media has and will have much more individual nature.

The global spread of information and communication creates opportunities for free communication at different levels: vertical, horizontal, networked, mass and individual. Model changes of Mass Media systems in Kazakhstan and abroad are similar, but the trend of globalization doesn't play the last role in this process. The creation of different information media contexts requires a special skill, professional trade.

Three main factors influence on the development of the Mass Media. They are:

- Information and communication technologies (digital, interactive, wireless, optical fiber, cable and satellite, Internet, etc.)
- State. It's role will increase in the development of Mass Media, the state has a policy of deregulation, where the emphasis from traditional regulation (technical: the frequency, license) is translated into the sphere of ethical, social and cultural).
- Users, the population itself.

There are new structures of interpersonal and individual communications (cellular, mobile telephony, video on demand, etc.). According to researchers, communicators, new media and communication environment will look like a TV, but will function as the Internet. The new MMC increases the possibility of communication, offering various interactive user interaction and the manufacturer and distributor of the content. In the course of this process is the evolution of personal modernization.

In the media there is a tendency that is expressed in a sharp increase in information and media flows, the emergence of new independent media, media organizations, new members of the information process in the appearance of electronic newspapers, Web-publications in the formation of the new information markets, and services.

Many forecasts of socio-economic and technological development of countries emphasized the importance of information and communication technologies (ICTs). A special role in this process is given to electronic media and, in particular, television. Canadian theorist Marshall McLuhan said, «We live today in an era of information and communication, because the electronic media instantly and constantly

create a total scope of intertwined events, which bring together all the people» [9].

The modern level of state development to a large extent is based on information and communication technologies, based on the active production and the use of information. Not only natural resources and material wealth, but also the telecommunications infrastructure and information resources are a national treasure.

### References

1. Bakulev G.P. (1996) Cable-satellite broadcasting: World experience. Moscow.p.7.
2. Groebel J. (1997)“New Media Development. Stability and Change in Communication Behavior”.Trends in Communication, № 1. p. 6-7.
3. Kolesnik S.G. (1998)“The Basic tendencies of development of television in the USA (1995-1996)”. Moscow State University Bulletin.A series 10.Journalism, № 1.p. 36.
4. Information and communication technologies. Vision and realities.London: Oxford University Press, 1996.
5. Vartanova E.L.(1996) Finnish model on a boundary of century. Moscow: Moscow State University.p.23.
6. McQuail.(1994) Mass Communication Theory. An Introduction. – London: Sage. p.12.
7. Castells M. (1996) The Information Age: Economy, Society and Culture.- Vol.1. The Rose of the Network Society.-Blackwell.p.37.
8. Vartanova E.L. (1998)“European Union in search of an information society”. The Moscow State University Bulletin.Series 10.Journalism.№2.p.57.
9. McLuhan M. Understanding Media. The Extensions of Man. – London: The MIT Press,1997.p.248.

### **Барлыбаева С.Х.**

#### **Новые медиа**

**Аннотация.** В настоящее время глобальные системы связи и коммуникаций охватывают планету своими высокоскоростными магистралями. Интернет и сетевые технологии послужили толчком для развития новых средств массовой коммуникации и изменили медиа ландшафт XXI века. Развитие современного общества происходит под влиянием новых информационных технологий и новых медиа, которые влияют на коммуникационное развитие стран.

**Ключевые слова:** новые медиа, интеграция, глобализация, коммуникация, Интернет, мультимедиа, цифровое, кабельно-спутниковое вещание.

Веревкин А.В., Лифанов С.А.

**Медиа и информационная грамотность  
в контексте формирования  
нового информационного режима XXI века**

Усложнение социотехнических форм движения информации и знаний порождает непредсказуемость социальных, политических и социокультурных проблем и следствий, двоякую связанную с масштабностью технологических рисков и увеличением скорости и свободы доступа к информационным ресурсам для решения проблем коммерческого, социального, дипломатического, военного и другого характера.

В начале необходимо отметить существование тесной связи между научно-технической деятельностью и развитием информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), установленное многими международными организациями. Наличие такой связи оценивается ими в качестве важной составляющей процесса социального развития. В этой связи Комиссия ООН по науке и технологиям для развития (United Nations Commission on Science and Technology for Development – UNCSTD) разработала структуру показателей, отражающих развитие технологий, включая аспекты, где ИКТ играют ведущую роль [1, с. 40-41].

Развитие ИКТ согласно данному документу подразделяется на следующие аспекты развития и соответствующие им показатели

1. Подсоединение (хосты Интернета, персональные компьютеры, стационарные телефонные линии, мобильные телефоны);
2. Доступ (число пользователей сети Интернет, грамотность в области ИКТ, ВВП на душу населения, стоимость местных звонков, междугородняя связь, рынок интернет-провайдеров)
3. Использование (средний входящий / исходящий телекоммуникационный трафик).

Собственно методология системного анализа информационных процессов предполагает создание модели, в которой исследуемая система представляется в виде взаимосвязанных объектов, их свойств и связей между ними. Такое видение основ



трансформации типа социально-экономического развития развивается в границах основных концептуальных положений технологического детерминизма, допускающих непосредственные причинные зависимости между развитием технического прогресса и изменением состояний социальной системы. В настоящее время разработано значительное количество различных систем индикаторов и индексов, которые используются для проведения сопоставительного анализа развития различных стран мира в направлении информационного общества, экономики знаний, внедрения технологий электронного правительства, использования ИКТ в сфере культуры и т.п.

Однако в стороне остается вопрос об изменениях системы ценностей и форм человеческой культуры под влиянием усложнения социальной динамики современного информационно-технического мира. В данном контексте возможно остановиться на двух аспектах, непосредственно связанных с проблемой формирования нового информационного пространства: формировании медийной и информационной грамотности (Media and Information Literacy, MIL) и институционализации различных форм образования в течении всей жизни. Программы по формированию медиаграмотности, в наиболее общем виде, представляют собой комплекс учебной и просветительской деятельности, целью которого является обеспечение людей навыками и способностями восприятия, оценки и использования информации в условиях многократного увеличения интенсивности информационных потоков. Расширение прав и возможностей людей посредством информации и медиаграмотности является важной предпосылкой для укрепления равноправного доступа к информации и знаниям, а также создания инклюзивных обществ знаний. Информация и информационная грамотность позволяют людям интерпретировать и принимать обоснованные решения в качестве потребителей массовой информации и продукции СМИ, а также стать ее непосредственными создателями (производителями информации и сообщений средств массовой информации) в контексте развития новых медиа.

Осознание этого заставляет признать, что информация и коммуникации становятся более важной составляющей не только в контексте технологического, но и социального и культурного

развития современной цивилизации. Одновременно растет убеждение в том, что идеологическая и философская интерпретация процессов информатизации, развиваемая в рамках технологического детерминизма, во многом сужает и формализует границы представлений о действительном характере, содержании и социокультурных смыслах процессов трансформации индустриального общества в постиндустриальный тип развития.

Обычно в литературе приводятся три основные системы индикаторов – индикатор технологической оснащенности, прозрачности коммуникаций и индекс информационного общества [2, с. 122-136]

*Индикатор технологической оснащенности* интегрирует пять наиболее распространенных частных показателей технологической продукции, которые охватывают традиционно используемые и наиболее необходимые сегодня обществу технологические средства: персональные компьютеры, мобильные телефоны, Интернет, факсы и телевизоры. С помощью специальных статистических методов выделяется общий источник вариации, который присутствует в каждом из этих пяти частных показателей (переменных).

Повсеместное внедрение и широкое использование информационно-коммуникативных технологий, понятое, как решающий шаг к постиндустриальному (информационному) обществу, предполагает необходимость моделирования информационно-коммуникативного пространства. Такой шаг, осуществляемый в свете развития технологий, стремительно не может пройти бесследно для общества.

В этой связи приобретает значение выявление форм и технологий административного управления в условиях виртуализации общества, на основе анализа мирового и отечественного опыта.

На начальной стадии электронная технология (космическая связь, портативная видеозапись) выполняла роль социальной терапии. Она создала новый этап социального общения, в котором выравниваются искажения и диспропорции, вызванные географией и экономикой, содействуя росту взаимопонимания между различными социальными слоями и странами в целом. На более высоких стадиях электронная революция выступила в качестве первопричины крупных социальных перемен (СМИ диктуют

культуру). Информационная технология, соединенная с аудиовизуальными средствами, создает целый мир поведенческих моделей, которые постоянно, ежедневно, на работе и в быту, окружают человека и программируют его деятельность во все возрастающем масштабе.

Современная коммуникационная революция открывающая доступ любому человеку, в любой точке Земли к базам данных и знаний, если он имеет терминальное устройство (компьютер) для получения информации ведет к принципиально новому состоянию цивилизации и культуры – к глобальному гиперинтеллекту (индустрии данных и знаний). Компьютеризация создает технологическую основу информатизации общества, в котором информатика и владение ЭВМ является второй грамотностью, повышающей интеллектуальные и творческие способности человека [3, с. 255-256].

*Индикатор прозрачности коммуникаций* разработан специалистами Национального научного фонда США (National Science Foundation – NSF) и «предназначен для оценки степени использования ИКТ в процессах взаимодействия всех категорий населения, бизнеса, предпринимателей и властей как между собой, так и в пределах каждой из отдельных категорий» [4, с. 20]. Данная система индикаторов может быть использована и для оценки степени продвижения того или иного государства в направлении перехода к электронному правительству, поэтому иногда этот показатель называется Индикатором прозрачности управления.

При попытке научного моделирования необходимо также рассмотреть изменения в социальной структуре общества, вызванные развитием информационно-коммуникативных технологий. Как уже было обосновано, информационно-коммуникационные технологии занимают сегодня центральное место в обновлении и реструктуризации всех видов деятельности, поэтому, как зарубежными, так и казахстанскими учеными, все больший акцент делается на специфику переходного периода развития цивилизации в сторону информационного общества, на особенностях современных коммуникационных стратегий: имиджевых, рекламных, кризисных, идеологических и др.

Сфера коммуникаций создает собственную сферу, с которой имеет дело как отдельный индивид, так и общество в целом. Раз-

личные события образуют сложный мозаичный текст современной культуры, в котором коммуникативное пространство общения, является фактором, конституирующим жизненный мир человека. Однако полилокальное состояние мира свидетельствует об изменении самой основы современного порядка. Его мозаичная основа представляет собой переплетение разных элементов, которые не могут быть сведены к единому знаменателю. Поэтому исследование факторов, воздействующих на информационно-коммуникативное пространство, представляет собой важный этап при рассмотрении вопроса его моделирования.

В настоящее время в связи со стремительным развитием средств массовой информации и средств массовой коммуникации, мультимедийных технологий, Интернета особое значение имеет изучение, выявление тенденций, закономерностей, механизма воздействия новых информационных технологий на культуру (в широком понимании) и духовное состояние общества. Чем это развитие обернется для большинства граждан – благом или новыми испытаниями, зависит от содержательной стороны государственной информационной политики.

Процесс информатизации, формирования информационного общества, ведущий к эффекту *Global village* и проницаемости пространственных, культурных, политических, языковых и т.п. барьеров, включению регионов, государств, тех или иных социальных групп в единое политическое, экономическое, правовое, информационное пространство, многократно умножает степень взаимозависимости всех субъектов мирового сообщества.

В информационном обществе, обладающем сверхпроводимой информационной инфраструктурой, считает исследователь Н.А. Сляднева [5, с. 14], «даже локальное малозначимое событие может обрести глобальный масштаб вопреки всем традиционным канонам инерционности социальных систем и их способности к гомеостатическому саморегулированию, призванному гасить возмущения и флуктуации социальной среды».

Социальный гомеостат (совокупность средств и технологий социального управления и самоуправления), сформированный в докомпьютерную эпоху и рассчитанный на объективную прочность естественных барьеров в сфере социальных коммуникаций, в постиндустриальном обществе уже неэффективен. Как

говорилось выше, разнообразие информационных импульсов (сообщений) о событиях, мнениях, содержащих управляющие воздействия, транслируемых через каналы информационной инфраструктуры и оказывающих детерминирующее влияние на социальные процессы, стало в наши дни невообразимо велико. Поэтому образующийся в результате этих многообразных, противоречивых, разномасштабных воздействий кумулятивный эффект формирует столь непостижимо сложную систему детерминированности социального развития, что последний объективно предстает перед современными субъектами социального управления как иррациональная, индетерминированная феноменология.

*Индикатор состояния информационного общества* (Индекс ИО) измеряет национальные информационные возможности и информационный капитал. Основная задача Индекса ИО состоит в том, чтобы помочь странам в оценке своего положения по отношению к другим странам и содействовать их продвижению к перспективным рынкам.

В структуре индекса учитываются различные переменные, которые в свою очередь разделены на четыре следующих группы: компьютерная инфраструктура, информационная инфраструктура, интернет-инфраструктура и социальная [2, с. 128-132].

В исследуемом направлении большой информативной ценностью обладает также «индекс информационного неравенства», разработанный в рамках деятельности рабочей группы по возможностям цифровых технологий (DOT Force), созданной с целью реализации положений Окинавской хартии, принятой на встрече глав государств «Группы восьми» в 2000 г. [4, с. 26].

Одиннадцать критериев из этой группы описывают состояние страны в контексте ее экономического развития, информатизации и коммуникации, три критерия отражают социальное развитие (уровень грамотности, расходы на здравоохранение и образование) и два критерия характеризуют степень интернационализации национальной экономики (прямые иностранные инвестиции и баланс между экспортом и импортом).

На пути к информационному обществу сохраняется высокий уровень информационного неравенства, о котором уже подробно говорилось выше. Проблема здесь не только в отсутствии возможностей изучения новых технологий, ограниченности до-

ступа к сети Интернет, трудностях, обусловленных географическими факторами, но и в низкой мотивации населения, в том числе и по причине его старения – тенденции наблюдающейся во всем мире в целом. Следовательно, при моделировании информационно-коммуникативного пространства должен учитываться и этот фактор. Его включение в общую структуру должно быть сопряжено с устранением барьеров формирования и использования объединенных информационных ресурсов на основе возможности он-лайнного доступа. Конечно, модель абстрактного информационно-коммуникативного пространства, как упрощенный и даже формализованный вариант, не сможет отразить все свойства, однако должна включать наиболее значимые и представляющие наибольший интерес.

В результате проведенных исследований было установлено, что между уровнем экономического развития страны и ее состоянием с позиции цифрового расслоения существует однозначная связь.

Анализируя индикаторы развития информационного общества необходимо рассмотреть и так называемую *гарвардскую методику оценки готовности к сетевому миру*.

Практика показывает, что с внедрением новых информационных технологий происходит формирование новой структуры общества – так называемой сетевой структуры.

М. Кагель считает, что «именно сети составляют новую социальную морфологию наших обществ, а распространение «сетевой» логики в значительной мере сказывается на ходе и результате процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью» [6, с. 245]. С этим трудно спорить. XXI век войдет в историю как век взрывного распространения информационных технологий.

Производство, распространение, обмен информацией является новой сферой производства, где заняты массы людей. Формируется новый класс, массовый слой, новый социальный страт в обществе и владеющий этим производством и наемных работников, обслуживающего персонала [7, с. 56]. Многие люди уже не представляют собственное существование без современных информационных технологий. Этот факт дает основание говорить о формировании нового страта в обществе, на который

наибольшее влияние оказывают складывающиеся традиции жизнедеятельности в информационной среде, в частности, в Интернете, и нормы особого вида культуры, которую можно назвать Интернет-культурой.

Во многих странах мира осуществляется мониторинг готовности к информационному обществу (или «электронному развитию» – e-readiness assessment). Проекты осуществления такого мониторинга, как правило, проводятся при поддержке международных программ, в частности, программы Всемирного банка «Информация для развития» (InfoDev). Далее приведены группы (индексы-компоненты) и представлены соответствующие им области оценки (подиндексы) [8].

#### 1. Факторы развития информационного общества

- Человеческий капитал
- ИКТ-инфраструктура
- Информационная индустрия
- Деловой климат
- Государственное регулирование
- Информационная безопасность и доверие

#### 2. Использование ИКТ для развития

- ИКТ в образовании
- Электронный бизнес
- Электронное правительство
- ИКТ в здравоохранении
- ИКТ в культуре
- Использование ИКТ в домохозяйствах / частными лицами,

Один из наиболее комплексных и конструктивных подходов к измерению экономики, основанной на знаниях, был предложен Всемирным банком в рамках программы «Знания для развития» (Knowledge for Development – K4D). Методика (The Knowledge Assessment Methodology – КАМ) оценивает готовность той или иной страны к переходу на модель развития, основанную на знаниях. Предлагается комплекс показателей, которые позволяют сравнивать отдельные показатели различных стран, а также средние показатели, характеризующие группы стран [9]. Сравнение можно проводить как по отдельным показателям, так и по агрегированным индикаторам, объединяющим следующие ключевые характеристики:

- институциональный режим, который дает мотивы эффективного использования существующего и нового знания и развития предпринимательства;
- степень образованности населения и наличие у него навыков по поводу создания, распространения и использования знаний;
- национальная инновационная система, включающая в себя фирмы, исследовательские центры, университеты, консультационные и другие организации, которые воспринимают и адаптируют глобальное знание для местных нужд и создают новое знание и основанные на нем новые технологии;
- информационная и коммуникационная инфраструктура, которая способствует эффективному распространению и переработке информации.

Информационное общество, обретя невиданную ранее свободу, единство в многообразии, динамизм развития, обрело и новую степень уязвимости перед деструктивными факторами и различными социальными девиациями. Естественным следствием всех этих тенденций являются неадекватные управленческие решения, непредвиденные последствия решений, волюнтаризм и субъективизм руководителей различного ранга, конфронтации, попытки лоббирования, вмешательства в объективные процессы тех или иных сил, манипуляции общественным мнением и т.п.

Сущность понятия «новый информационный режим» заключается прежде всего в качественно ином уровне интеллектуализации информационного пространства (ноосферы), необходимом для устойчивого развития общества, повышения меры его управляемости, нейтрализации фактора индетерминизма социальных процессов. Цель интеллектуализации заключается в создании системы производства и передачи на входы управляющих блоков социума смылосодержащей информации, максимально отвечающей задаче формирования и принятия управленческих решений. 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.

Во всех значимых точках пересечения и концентрации информационных потоков должны быть созданы узлы интеллектуальной переработки информации, формирующие интеллектуализированную инфраструктуру информационного пространства, что в свою очередь невозможно без широкого распространения различных форм информационной и медийной грамотности.

### Литература

1. Мониторинг информационного общества и обществ знания: статистические данные / Институт статистики ЮНЕСКО. – СПб.: Издательство «Российская национальная библиотека», 2004. – 126 с. (40-41 с.)
2. Штрик А.А. Информационное общество и новая экономика // Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации. Мировой опыт / Под ред. В.И. Дрожжинова. – М.: Эко-Трендз, 2002. – С. 89-137 (1-122-136; 2-128-132).
3. Курбатов В.И. Современная западная социология: Аналитический обзор концепций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 416 с. (255-256)
4. Чугунов А.В. Системы индикаторов и мониторинг развития информационного общества и экономики знаний // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. Ежемесячный информационно-аналитический журнал ГУ-ВШЭ. – 2006.- № 7. – С. 13-30 (1-20; 2-26)
5. Сляднева Н.А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы // Информационные ресурсы страны. – 2001. – № 2. – С. 14-21 (14).
6. Кастельс М. Социальные последствия информационных и коммуникационных технологий // Всемирный доклад по социальным наукам. – М.: Издательство ЮНЕСКО – Издательский дом «Магистр-Пресс», 2002. – С. 242-252 (245).
7. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005. – 120 с. (56)
8. Готовность России к информационному обществу: Оценка возможностей и потребностей широкомасштабного использования информационно-коммуникационных технологий / Под общей редакцией Т.В. Ершовой. – М.: Институт развития информационного общества, 2001. – 90 с.
9. Chen D. The Knowledge Economy, the KAM Methodology and World Bank Operations / Derek H. C. Chen, Carl J. Dahlman; The World Bank, October 2005 // [http://siteresources.worldbank.org/KFDLP/Resources/KAM\\_Paper\\_WP.pdf](http://siteresources.worldbank.org/KFDLP/Resources/KAM_Paper_WP.pdf).

**Веревкин А.В., Лифанов С.А.**

**Медиа и информационная грамотность в контексте формирования нового информационного режима XXI века**

**Аннотация:** В современном обществе информация и коммуникации уже стали важной составляющей не только в контексте технологического, но и социального и культурного развития. Однако оценка уровня развития различных компонентов информационного общества остается неравномерным, как в структурном, так и в региональном аспекте. В статье сопоставляются различные индикаторы оценки развития информационно-коммуникативной сферы. Сравнение различных подходов показывает, что методология, развиваемая в рамках технологического детерминизма, во многом сужает и формализует границы представлений о действительном характере, содержании и социокультурных смыслах процессов информатизации общества. Важное место в данном процессе занимают и вопросы формирования медиаграмотности в условиях многократного увеличения интенсивности информационных потоков.

**Ключевые слова:** информация, данные, информационно-коммуникативные технологии (ИКТ), информационная грамотность, медиаобразование.

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

**Media and information literacy in the context of the formation of a new information regime of the 21st century**

**Abstract:** In modern society, information and communications have already become an important component not only in the context of technological, but also social and cultural development. However, assessing the level of development of various components of the information society remains uneven, both in structural and regional aspects. The article compares various indicators of the development of the information and communication sphere. Comparison of different approaches shows that the methodology developed within the framework of technological determinism in many ways narrows and formalizes the boundaries of ideas about the actual character, content and sociocultural meanings of the processes of informatization of society. An important place in this process is occupied by the issues of media literacy formation in conditions of a multiple increase in the intensity of information flows.

**Key words:** information, data, information and communication technologies (ICT), information literacy, media education.

*Работа выполнена 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.*

Дзялошинский И.М.

### **Экология коммуникаций: становление новой науки**

Д.С. Лихачев писал о том, что заботы экологов должны распространяться не только на условия, в которых живет человек в природе, но и на условия, в которых человек существует в создаваемой им культуре. Культура может быть более высокой и менее высокой, более удобной для жизни и менее удобной. То и другое не совпадает, хотя и соприкасается. Но соприкасаются между собой и экология природы, и экология культуры, ибо человек не противостоит природе, а представляет собой часть природы. Поэтому экология культуры вместе с экологией природы составляют единое целое, лишь условно различаемое в целях удобства изучения [Лихачев, 1985; Лихачев, 2000].

Размышляя о причинах, приводящих к катастрофическим изменениям экологической ситуации, все большее количество авторов приходит к выводу, что природные процессы и катаклизмы последнего времени связаны и прямо, и опосредованно со сбоями и содержательными трансформациями в системе коммуникаций «человек – природа». Не трудно предположить, что, подобно эху в горах, вызывающему сход лавин, эти ответы природы обусловлены антропогенными загрязнениями, то есть результатами человеческой деятельности, иначе говоря – результатами культуры [Баркова, эл. ресурс].

Развивая эти идеи, М.Н. Эпштейн пишет следующее: «Представление экологии о том, что ее предмет – "природа как она есть сама по себе", а ее цель – защита этой первозданной, невинной природы от посягательств культуры, вполне могут перерасти в эковарварство и экофашизм, в нигилизм по отношению к культуре, если не отдать себе отчета, что природа, именно в своем экологическом (а не космическом, не физическом, не биологическом) аспекте, и есть создание культуры» [Эпштейн, 1997].

Довольно быстро было осознано, что культура и коммуникация – две стороны одной медали. Появились работы, посвященные проблемам экологии информации и коммуникации [Жирил-

лова, 2007; Mettler-Meibom, 1987; Сталдер, эл. ресурс]. Можно выделить несколько основных дискурсов, в рамках которых развиваются эти исследования: философский [Кассирэр, 1990; Левинас, 2000; Луман, 2005; Назарчук, 2009; Назарчук, 2012; Савчук, эл. ресурс; Савчук, 2014; Хабермас, 2000; Хайдегер, 1993; Хайдегер, 1997]; культурологический [Жижина, 2009; Кириллова, 2007; Стрейт, эл. ресурс]; социологический [Чикагская школа..., эл. ресурс; Чумакова, эл. ресурс; Чумакова, 2015]; психологический [Винтерхофф-Шпурк, 2007; Зимбардо, Лейппе, 2000; История экопсихологии..., эл. ресурс; Раудсеп, 1983; Реан, эл. ресурс; Харрис, эл. ресурс]; лингвистический [Иванова, 2007; Ипполитова, 2006; Кронгауз, 2008; Пылаева, 2011; Сковородников, 2016; Сорокин, 2008; Шаховский, 2008; Экология русского языка..., 2008-2012]. Отдельно следует упомянуть о таком активно развивающемся направлении, как медиаэкология [Сколари, эл. ресурс; Strate, эл. ресурс].

Помимо медиаэкологии в настоящее время возникло несколько новых теорий, которые претендуют на концептуальное оформление более широкого экологического подхода к коммуникации. Например, возникла «коммуникативная экология» – концептуальная модель, используемая в области исследования СМИ и коммуникаций, ориентированная на анализ связи между социальными взаимодействиями и коммуникационными технологиями в физических и цифровых средах. Одним из первых о коммуникативной экологии заговорил Д.Л. Алтейд [Altheide, 1994; Altheide, 1995]. А сейчас существует уже большое количество работ в рамках этого подхода. [Communicative ecology, эл. ресурс] Однако основная часть этих работ посвящена исключительно процессам, связанным с функционированием массовой коммуникации.

Другие исследователи предпочитают пользоваться понятиями «экология коммуникаций» и «экология социокультурных коммуникаций». Это позволяет ставить вопрос о необходимости распространить сферу регуляции коммуникативного пространства на всю культурную среду, включая систему образования как одного из важнейших институтов социализации личности. При этом парадигма экологии коммуникаций оказывается востребованной в структурах культурно-образовательного пространства не только в практически-прикладном аспекте, но и на мировоз-

зренческом уровне для восстановления статуса фундаментального образования и науки, как и социального статуса педагога, а также для осуществления социокультурного контроля и экспертизы. Вот лишь одно из множества высказываний на эту тему: «Обеспечение в философии культуры приоритета человекообразного начала, или приоритета человека над системой, в социокультурных коммуникациях возможно, прежде всего, на основе не только дальнейшего развития теоретического опыта, но и обобщения тенденций, формирующихся в самой культурной практике, и анализа опыта их регуляции. Отсюда – актуализация проблемы регуляции пространства социокультурных коммуникаций, необходимой для их экологизации на основе космопланетарного мировоззрения; без этого аспекта, с нашей точки зрения, проблематизация бытия социокультурных коммуникаций не завершена. Основными средствами такой регуляции являются социально-гуманитарные технологии» [Бузская, 2014].

И, наконец, следует сказать о таком направлении исследований, которое обозначается понятием «экология медиапространства». Исследователи, работающие в рамках этого дискурса, полагают, что пришло время отказаться от представления, согласно которому медиа есть некая искусственно созданная человеком сфера, которая в силу каких-то причин иногда выходит из под контроля и тем самым наносит ущерб некоторым индивидам, не умеющим эффективно использовать медийные инструменты. Предлагается поставить вопрос иначе: не пора ли защищать медиапространство от людей? Речь идет о том, что медиапространство подобно природе и так же, как природа, не терпит грубого и неразумного вмешательства. Но большинство людей не осознает, что нарушает объективные законы протекания медийных процессов и что эти нарушения вызывают нежелательные последствия не только во взаимодействии людей с медиасферой, но и в осуществлении других социальных процессов: экономических, политических, демографических и пр., поскольку в настоящее время фиксируется высочайший уровень медиатизации всех сфер жизнедеятельности человека и общества [Дзялошинский, 2012(а); Дзялошинский, 2012(б); Дзялошинский, 2013(а); Дзялошинский, 2013(б); Дзялошинский, 2014; Дзялошинский, 2016]. Именно поэтому появилась настоятельная необходимость вы-

явить и сформулировать проблемы, возникающие в ходе и в результате осуществления людьми различных видов информационно-коммуникационной деятельности [Дзялошинский, 2012(а); Дзялошинский, 2016].

Дальнейшее развитие исследований в сфере экологии коммуникаций предполагает определение основных компонентов, создающих каркас будущей науки. Можно выделить несколько вариантов формулирования этих компонентов.

Первый вариант предполагает выделение:

- технологического слоя, который состоит из устройств и соединительных носителей, обеспечивающих коммуникацию и взаимодействие;
- социального слоя, который состоит из людей и социальных способов объединения этих людей, что может включать, например, все – от групп дружбы до более формальных сообществ – организации, а также различные компании;
- дискурсивного слоя, то есть идей или тем, составляющих содержание коммуникации. [Foth, Hearn, 2007]

Второй вариант ориентируется на выделение таких разделов, как:

- экология внутриличностной коммуникации;
- экология межличностной коммуникации;
- экология групповой коммуникации;
- экология публичной коммуникации;
- экология политической коммуникации;
- экология бизнес-коммуникации;
- экология массовой коммуникации;
- медиаэкология.

Наконец, возможен третий вариант, при котором основанием выделения компонентов экологии коммуникаций выступают структурные элементы процесса коммуникации, а именно: «Цель» – «Средства» – «Технологии» – «Результаты». Другими словами, экологический подход к коммуникации предполагает:

- анализ (и оптимизацию) целей, которые ставит перед собой инициатор коммуникации;
- анализ (и оптимизацию) ресурсов, используемых для достижения целей;
- анализ (и оптимизацию) способов достижения целей;

- анализ (и уменьшение вредных) последствий, полученных в ходе реализации коммуникативного действия.

Очевидно, что повышение качества медиаконтента с точки зрения обогащения его значимым гуманистическим смыслом предполагает введение в практику экологического медиа-аудита. Такого понятия пока еще нет ни в каких документах. Однако если уже никто не сомневается в существовании медиаэкологии, то рано или поздно придется ставить вопрос о методах анализа состояния медиасреды. Прецеденты уже есть: существуют такие разновидности аудита, как информационный, социальный и пр. Смысл экологического медиа-аудита должен заключаться в проверке средств массовой информации и других субъектов массовых коммуникационных процессов на соответствие их деятельности требованиям национального и международного законодательства, а также признанных мировой общественностью кодексов медийной практики. Целью экологического медиа-аудита должна быть оценка деятельности масс-медиа для обеспечения защиты национального и глобального медиапространства от ложной, дискриминирующей и иной ненадлежащей информации.

#### Литература

1. Баркова Э.В. Экология межкультурных коммуникаций: поиски и стратегии новых парадигм. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-mezhkulturnyh-kommunikatsiy-poiski-i-strategii-novyh-paradigm>
2. Белоусов А.С. Зависимость коммуникации от культуры // Коммуникация: метафизика и метадискурс : сборник статей. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2010. С. 155–158.
3. Бузская О.М. Современные социокультурные коммуникации: эколого-аксиологическое измерение. Дисс. ... канд. филос. наук. – М., 2014.
4. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2007.
5. Дебор Г. Общество спектакля. – М.: Радек, 2000.
6. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012 (а).
7. Дзялошинский И.М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012 (б).
8. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013 (а).
9. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляри-са. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013 (б).

10. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект Пресс, 2014.
11. Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016.
12. Жижина М.В. Медиакультура. Культурно-психологические аспекты. – М.: Вузовская книга, 2009.
13. Иванова Е.В. Эколингвистика и роль метафоры в описании экологических проблем // Вестник Челяб. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. 2007. № 13 (91). С. 32–37.
14. Ипполитова Н.А. Русский язык и культура речи: учебник. – М., 2006.
15. История экпсихологии. Эколого-психологическая парадигматика. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/10/02/2704/>
16. Капра Ф. Паутина жизни. Новое научное понимание живых систем. – Киев : София; М.: ИД «Гелиос», 2002.
17. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник Моск. ун-та. Серия 7: Философия. 1990. № 2.
18. Квят А. Новые медиа как фактор «перезагрузки» идеологии PR. URL: [http://connect-universum.tsu.ru/blog/connectuniversum2012\\_ru/34.html](http://connect-universum.tsu.ru/blog/connectuniversum2012_ru/34.html)
19. Кириллова Н.Б. Медиакультура новой России. – М.: Академический Проект, 2007.
20. Клименко И. Экология культуры. URL: <http://bogolub.narod.ru /aq/klimenko/otvet6.htm>.
21. Князева Е. Расширенный экологический подход: сети жизни, познания, разума и коммуникации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rasshirennyu-ekologicheskij-podhod-seti-zhizni-poznaniya-razuma-i-kommunikatsii>
22. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. – М.: Языки славянских культур, 2008.
23. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). URL: <http://subscribe.ru/archive/economics.school.govorun/200210/11185932.html>
24. Кузнецов М. Философия Маршалла Маклюэна и коммуникативные стратегии Интернет. URL: <http://www.isn.ru/index162.shtml>
25. Левинас Э. Тотальность и бесконечное. – М., СПб.: Университетская книга, 2000.
26. Лихачев Д.С. Русская культура. – СПб., 2000.
27. Лихачев Д.С. Экология культуры // Прошлое – будущему. – Л.: Наука, 1985.
28. Лич Э. Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. – М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2001.
29. Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005.
30. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013.
31. Маклюэн М. Понимание Медиа. – М.: Кучково поле, 2011.
32. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – М.: КАНОН-Пресс-Ц: Кучково поле, 2003.



33. Мамедов Н.М. Основы социальной экологии. – М.: Ступени, 2003.
34. Миловатский В.С. Об экологии слова. URL: [kladina.narod.ru/milovatskiy/milovatskiy.htm](http://kladina.narod.ru/milovatskiy/milovatskiy.htm)
35. Мудрагей Н.С. Коммуникация как мера человека (возрождая Ясперса). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-kak-mera-cheloveka>
36. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. – М.: Прогресс-Традиция, 2009.
37. Назарчук А.В. Учение Никласа Лумана о коммуникациях. – М.: Изд-во Весь мир, 2012.
38. Николаева Л.А. Экологическая психология. – Ярославль : ЯрГУ, 2013.
39. Петров К.М. Экология и культура: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001.
40. Почепцов Г.Г. Психологические войны. – М.: Рефл-бук, 2000.
41. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Ваклер, 2001.
42. Почепцов Г.Г. Информация&дезинформация. – Киев : Эльга Ника-Центр, 2001.
43. Проблемы информационно-психологической безопасности (сборник статей и материалов конференций). – М.: Институт психологии РАН, 1996.
44. Пылаева Е.М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века // Вестник Перм. гос. техн. ун-та. Серия: Проблемы языкознания и педагогики. 2011. № 5. С. 106-113.
45. Раудсеп М. Экопсихология как наука о поведении человека в социальной среде // Человек в социальной и физической среде. – Таллин: 1983.
46. Рац М.В. Экология природы или экология человека? // Общественные науки и современность. 1999. № 3. С. 150–160.
47. Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М.: УльтраКультура, 2003.
48. Реан А.А. Психология личности. URL: <https://profilib.net/chtenie/51552/artur-rean-psikhologiya-lichnosti.php>
49. Русский язык и культура речи: учебник для студентов-нефилологов / под ред. О.Б. Сиротининой. – М., 2002.
50. Савчук В. Неизбежность медиафилософии. URL: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk\\_inevitability/](http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability/)
51. Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб.: РХГА, 2014.
52. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. – СПб.: Речь, 2004.
53. Сковородников А.П. Экология русского языка. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016.
54. Сколари К. История медиаэкологии. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2458>
55. Смолян Г.Л., Зараковский Г.М., Розин В.М. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). Пре-принт. –М.: Институт системного анализа РАН, 1996.
56. Сорокин Ю.А. Нужна ли нам лингвоэкология? // Вестник Томск. гос. ун-та. Серия: Филология. 2008. № 2. С. 24–30.

57. Сталдер Ф. Экология информации: системный подход к медиасреде. URL: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/04/blog-post.html>
58. Степанов В. Наука медиаэкология: понятие, предмет, объект, уровни. URL: [http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blog-post\\_19.html](http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blog-post_19.html)
59. Стрейт Л. Изучение медиа как медиа: МакЛюэн и медиаэкологический подход. URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/izuchenie-media-kak-media-maklyuen-i-mediaekologicheskij-podxod/>
60. Стрельчук Е.Н. «Коммуникативная культура» и «культура речевого общения»: синонимичные понятия? URL: [https://www.isuct.ru/e-publ/gum/sites/ru.e-publ.gum/files/2011/t02n04/humscience\\_2011\\_t02n04\\_276.pdf](https://www.isuct.ru/e-publ/gum/sites/ru.e-publ.gum/files/2011/t02n04/humscience_2011_t02n04_276.pdf)
61. Субетто А.И. Экокультура как форма неоклассического социоприродного гомеостаза на базе общественного интеллекта // Экологическая культура в научных, философских и богословских интерпретациях. – СПб.: СПбМТУ, 1996. С. 112–115.
62. Федотов М.А. Экология информации // Российская юстиция. 1999. № 12. С. 9–30.
63. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – М.: Наука, 2000.
64. Хайдеггер М. Бытие и время. – М.: Ad Marginem, 1997.
65. Хайдеггер М. Путь к языку // Время и бытие. – М.: Республика, 1993.
66. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. URL: [http://sbiblio.com/biblio/archive/harris\\_psi/04.aspx](http://sbiblio.com/biblio/archive/harris_psi/04.aspx)
67. Хобсбаум Э. Эпоха крайностей. Короткий XX век (1914–1991). – М.: Независимая газета, 2004.
68. Чикагская школа социальной экологии. Город как среда обитания. URL: [http://bookwu.net/book\\_sociologiya-goroda\\_945/27\\_chikagskaya-shkola-socialnoj-ekologii.-gorod-kak-sreda-obitaniya](http://bookwu.net/book_sociologiya-goroda_945/27_chikagskaya-shkola-socialnoj-ekologii.-gorod-kak-sreda-obitaniya)
69. Чумакова В.П. Концепция Герберта Маршалла Маклюэна: медиа в социокультурной динамике. URL: [https://www.hse.ru/data/xf/2015/07/27/1084645548/Dissert\\_Chumakova.pdf](https://www.hse.ru/data/xf/2015/07/27/1084645548/Dissert_Chumakova.pdf)
70. Чумакова В.П. Роль Герберта Маршалла Маклюэна в социологии медиа и формировании научного направления «медиаэкологии» // Медиаскоп. 2015. № 1.
71. Шапцев В.А. Информационная экология человека. Постановка проблемы // Математические структуры и моделирование. 1999. Вып. 3. С. 125–133.
72. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис, 2008.
73. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. – Челябинск, 2009.
74. Экология русского языка: Материалы Всероссийской научной конференции. – Пенза: Изд-во Пензенского гос. пед. ун-та им. В.Г. Белинского, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012.
75. Экология языка и речи. – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012.
76. Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве. – Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013.
77. Эпштейн М.Н. наброски к экологии текста // Комментарии. – М.–СПб. 1997. № 13. С. 3–41.

78. Этапы развития информационной безопасности. URL: [http://life-prog.ru/1\\_46301\\_etapi-razvitiya-informatsionnoy-bezopasnosti.html](http://life-prog.ru/1_46301_etapi-razvitiya-informatsionnoy-bezopasnosti.html)
79. Язык мой. Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М : Центр экстремальной журналистики. URL: <http://www.gumer.info/>  
bibliotekBuks/Gurn/JazMoi/index.php
80. Altheide D.L. An Ecology of Communication: Cultural formats of control. – New York : Aldine de Gruyter, 1995.
81. Altheide D.L. An Ecology of Communication: Toward a Mapping of the Effective Environment // The Sociological Quarterly. 1994. 35(4)/ P. 665–683.
82. Ball-Rokeach S.J., DeFleur M.L. A dependency model of mass-media effects // Communication Research. 1976. № 3(1). P. 3–21.
83. Bass D.M., et. al. Tactics of Manipulation // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. Vol. 52. № 6. P. 1219–1229.
84. Beck A. Comfortable confrontation // Journal of Management in Engineering. 2009. Vol. 5. P. 14–25.
85. Beck U. World risk society as cosmopolitan society? // Theory, culture and society. Vol. 13. 1996. № 4.
86. Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental\\_Principles\\_and\\_Policies](http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies)
87. Bonvillain N. Language, Culture and Communication. – New Jersey : Prentice Hall, 1997.
88. Communicative ecology. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative\\_ecology](https://en.wikipedia.org/wiki/Communicative_ecology)
89. Corner J. Television and culture: duties and pleasures // British cultural studies: geography, nationality, and identity / Ed. by D. Morley, K. Robins. – Oxford, 2004. P. 261–272.
90. Culture, Media, Language / Ed. by S. Hall and others. – London : Hutchinson, 1995.
91. Debord C. Comments on The society of spectacle. – London : Hutchinson, 1990.
92. Foth M., Hearn G. Networked individualism of urban residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings // Information, Communication & Society. 2007. 10(5). P. 749–772.
93. Goodin R.E. Manipulatory politics. – N. Haven; London, 1980.
94. Haugen E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen. – Standford : Standford University Press, 1972.
95. Hearn G., Foth M. Communicative Ecologies: Editorial Preface // The Electronic Journal of Communication. 2007. 17(1–2).
96. Levinson P. Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium. – London, 1999.
97. Loomis J., Helfand G.E. Environmental Policy Analysis for Decision Making. – Secaucus, NJ, USA: Kluwer Academic Publishers, 2001. P. 292–298. URL: <http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10067231&ppg=307>

98. Mettler-Meibom B. Soziale Kosten in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zu einer Kommunikationsökologie. – Frankfurt a.M., 1987.
99. Nancy E. Willard Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress. – USA : Research Press, 2007.
100. Park R.I. Human Ecology // Sociology (American Journal). 1936. Vol. 42.
101. Park R.E. Human Communities. The City and Human Ecology. – Glencoe : Free Press, 1951.
102. Postman N. Technopoly: The Surrender of Culture to Technology. – N.Y., 1993.
103. Postman N. The Humanism of Media Ecology // First Annual Convention of the Media Ecology Association. – New York, NY Fordham University. 2000. June 16. P. 10–16.
104. Powell A. An ecology of public internet access: Exploring contextual internet access in an urban community // The Electronic Journal of Communication. 2007. 17(1-2).
105. Riker W.H. The art of Political Manipulation. – New Haven, London, 1986.
106. Robert E. Babe. An Ecology of Communication: Cultural Formats of Control // Canadian Journal of Communication. 1998. Vol. 23. № 2. P. XII.
107. Robinson P.W. Manipulating parents: tactics used by children of all ages and ways parents can turn the tables. – Prentice-Hall, 1981.
108. Rudinow J. Manipulation // Ethics. Vol. 88. July 1978. № 4. P. 338–347.
109. Strate L. Understanding MEA. URL: [http://www.media-ecology.org/publications/In\\_Medias\\_Res/imrv1n1.html](http://www.media-ecology.org/publications/In_Medias_Res/imrv1n1.html)
110. Tacchi J. Studying communicative ecologies: An ethnographic approach to information and communication technologies // 56th Annual Conference of the International Communication Association. 2006.
111. Wagner M. Communicative ecology: How the bonobos do it // International Journal of the Humanities. 2004. № 2(3). P. 2365–2374.

**Дзялошинский И.М.**

**Экология коммуникаций: становление новой науки**

**Аннотация:** В настоящее время формируются несколько новых теорий, которые претендуют на концептуальное оформление экологического подхода к коммуникации. В представленной статье анализируются причины возникновения этих теорий и предлагают возможные направления их развития.

**Ключевые слова:** медиаэкология, экология коммуникаций, экология медиапространства

*Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17-26-01007*

Лифанова Т.Ю.

### **Формирования глобальной гражданственности и медиаобразование**

Многие исследователи начиная с первой четверти прошлого века обращают внимание на нарастающие симптомы духовного кризиса, сопровождающего развитие техногенной цивилизации. Поиски духовных основ разнообразны: от обращения к индивидуальному религиозному опыту до формирования государственных идеологий. В начале XXI века вопросы возрождения и формирования духовности, гражданственности, идентичности, толерантности и многого другого, по-прежнему, актуальны. Одним из основных направлений развития современного Казахстана является формирование правового государства, развитие и укрепление демократических институтов, что невозможно без активного участия со стороны гражданского общества. Развитию гражданского общества уделяется большое внимание во многих программных документах – «Казахстан – 2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев», «Концепции развития гражданского общества РК» и др. Большое внимание уделяется данному вопросу и в международном масштабе. В контексте глобализационных процессов, политических кризисов, экологических и террористических угроз актуализируются вопросы мировоззрения, ценностного сознания и глобальной гражданственности.

Относительно новый термин «глобальная гражданственность» используется, прежде всего, в международных документах и программах. «Во все более глобальном мире возникает вопрос о том, что представляет собой понятие гражданства, а также о его глобальных масштабах. Хотя выходящее за пределы национального государства понятие гражданства не является новым, изменение глобальной обстановки – например, заключение международных конвенций и договоров, рост числа транснациональных организаций, движения корпораций и гражданского общества и создание международных рамок

в области прав человека – оказало значительное воздействие на концепцию глобальной гражданственности... Глобальная гражданственность касается чувства принадлежности к более широкому сообществу и человечеству в целом. Она включает политическую, экономическую, социальную и культурную взаимозависимость и взаимосвязанность между локальным, национальными глобальным уровнем» [1, с. 14]. Ответом на новые глобальные вызовы стала инициированная Организацией Объединенных наций программа Global Citizenship EDUCATION, которая подразумевает подготовку и обучение молодого человека как члена глобального общества и гражданина мира [2].

Специалисты уверены, что полноценное развитие государства невозможно без развития гражданского общества. Таким образом, успешное и стабильное развитие общества возможно только при одновременном соблюдении и реализации ряда условий, в число которых непременно входит и развитие гражданского общества.

Таким образом, гражданское образование – это важный аспект укрепления способности общества управлять собственными делами, дополняющий развитие возможностей на индивидуальном и институциональном уровне. В основе гражданского образования лежат ценности и принципы прозрачности, участия, активного реагирования, подотчетности, предоставления полномочий и справедливости. Неотъемлемыми составляющими гражданского образования являются средства коммуникации и доступ к информации. Эти ценности и принципы определены и разработаны в Практической записке ПРООН по доступу к информации [1].

**Гражданская позиция** означает, что граждане:

- Развивают уверенность для участия в общественной жизни.
- Участвуют в общественной жизни.
- Принимают роли, пользуются правами и выполняют обязанности, обычно связанные с гражданством в демократических системах.
- При осуществлении своих прав и обязанностей проявляют открытость, терпимость и ответственность.

**Гражданские знания** означают, что граждане:

- Понимают политический и общественный контекст.
- Знают о своих социальных и экономических правах, а также о политических и гражданских правах.

- Понимают роли, права и обязанности, связанные с гражданством.

**Гражданские навыки** означают, что граждане:

- Приобретают способность объяснять, анализировать, взаимодействовать, оценивать, защищать свою позицию, а также контролировать процессы и результаты.

- Используют знания для информированного участия в общественных и политических процессах.

Задаваясь вопросом об актуальности программ в области гражданского образования возможно обратиться к небольшому эмпирическому срезу по проблемам развития гражданского общества в Казахстане [2, с. 144].

Гражданское общество – это устойчивая система социальных отношений и определяющих их общественных интересов, отражающих эти интересы идей и реализующих их организаций, возникающая на определенном, исторически обусловленном этапе развития социума и инкорпорированных в нем индивидов. Гражданское общество взаимодействуя с государством, изменяет его и меняется само под воздействием права. В целом для гражданского общества характерны следующие особенности. Во-первых, наличие множества ассоциаций или, в более общем плане, центров социальной власти. Во-вторых, относительная независимость этих центров социальной власти, в силу их способности к самоорганизации. И, в-третьих, чувство гражданской ответственности, а также цивилизованное поведение и активная гражданская позиция – все это необходимые элементы подлинно гражданского общества.

Глобальное гражданство также сложный многоуровневый феномен. Воспитание глобальной гражданственности включает три ключевых концептуальных составляющих, общих для различных определений и интерпретаций воспитания глобальной гражданственности. Эти ключевые концептуальные составляющие основываются на всех трех **областях обучения** – **когнитивной**, **социально-эмоциональной** и **поведенческой** – и включают их элементы. Они связаны друг с другом и представлены ниже с указанием области обучения, которой они больше всего касаются в процессе обучения:

- Когнитивная. Приобретение знаний, умения понимать и критически осмыслять глобальные, региональные, национальные

и местные проблемы, взаимосвязь и взаимозависимость различных стран и народов.

- Социально-эмоциональная. Обладание чувством принадлежности к человечеству в целом, общими ценностями и ответственностью, чувством сострадания, солидарности и уважения различий и разнообразия.

- Поведенческая. Эффективная и ответственная деятельности на местном, национальном и глобальном уровнях для создания более мирного и устойчивого мира [1].

«Для того чтобы стать успешным в развивающихся странах, которые демонстрируют широкое разнообразие, просвещение в области прав человека гражданское образование в идеале должно быть связано с поддержкой общего толерантного отношения к людям, мирного разрешения конфликтов и проблем, а также исходить из реально существующих местных условий. Подобная точка зрения, преобладающая среди специалистов по вопросам просвещения в области прав человека, применима, прежде всего, к новым демократическим государствам», – полагает Дэвид Питтс.

Анализ международного опыта показывает, что гражданское образование в различной научно-методической литературе определяется как образование в области прав человека, а также как «граждановедение». При этом многие специалисты утверждая приоритетный характер целей гражданского образования отмечают, что существуют общее недопонимание его основных структурных компонентов, которые требуют отдельной научной разработки и последующей практической апробации. Как отмечает, Д. Пилон, даже само упоминание термина «гражданское образование» люди встречают пожимая плечами». «Гражданское образование для нового общества сталкивается с трудноразрешимой проблемой: изменить избирателя таким образом, чтобы он стал смелым, поддерживающим сотрудничество, даже благородным, человеком, который мог бы принимать свои собственные решения, основываясь на своих собственных суждениях, который без боязни мог бы оспорить мнения другого человека, но при этом уважать его, и его мнение, который мог бы изменить свои суждения, если факты оправдают это изменение, и мог бы присоединиться к другим, если общие усилия (общие



действия) являются более эффективными, чем деятельность в одиночку. Другими словами, результатом гражданского образования должно быть формирование другого вида человека – **человек демократический** (*homo democraticus*) не имеет четкого отпечатка, части его тела и извилины головного мозга не могут быть сконструированы в соответствии с отождествляющими размерностями подобно карте, проектирующей улицы для пешеходов. Он должен создать себя сам» [4].

По вопросу гражданского образования возможно выделить несколько основных аспектов, требующих отдельного рассмотрения. Во-первых, это вопрос о приоритетной сфере реализации проектов по граждановедению. Ответ на данный вопрос в основном ориентирован на обоснование необходимости его реализации именно на уровне школьного образования, а также в отношении молодежи и, в особенности, учащейся молодежи. В данном контексте гражданское образование возможно реализовать и как процесс обучения гражданина, и как компонент социализацию личности. Все большее признание получает мнение, согласно которому молодежь следует обучать правам человека не только потому, что это важно для общества, но и потому, что различные виды занятий, связанные с этой работой, очень полезны для самих молодых людей, и они это ценят. Современное общество и, в особенности, молодежь, все чаще сталкиваются с различными формами социального отчуждения, религиозных, этнических и национальных различий, а также с преимуществами и недостатками – которые несет с собой набирающая темпы глобализация. Обучение правам человека затрагивает эти важные вопросы и помогает осмыслить различные взгляды, воззрения, отношения и ценности современного многокультурного общества. Оно помогает людям найти пути использования этих различий с положительным результатом [5, с. 23].

Последующее обучение в области прав человека в рамках программ переподготовка кадров, институтов повышения квалификации, тематических курсов необходимо, но способно лишь точно решить проблемы социального и личностного развития. Обобщая содержание программ в области гражданского образования возможно обратиться к материалам сборника «Образование в области прав человека в школьной системе

Европы, Центральной Азии и Северной Америки: сборник примеров успешных практик» (Варшава, 2009 г.) [6]. Данные материал представляет собой перечень программ гражданского образования как основанных на обобщенных моделях, национальных концепциях гражданского образования, так и содержащих дифференцированные примеры, такие как Программа «Школа – путь к равенству» (Португалия), Общешкольный подход «Права, уважение, ответственность» (Шотландия), «Энергия нации: иммигранты в Америке» (США), «Образование во имя мира» (Босния и Герцеговина) и др.

Во-вторых, определяя структурные компоненты гражданского образование, необходимо ответить на вопрос об основных знаниях, умениях и навыках, формируемых в результате тех или иных программ образования в области прав человека. Гражданское образование – это комплекс интегрированных предметов, направленных на изучение прав человека, основ демократии, культуры мира. В обширном методическом пособии «Компас. Пособие по образованию в области прав человека с участием молодежи» (2003 г.) выделены следующие тематические разделы: содержание и основные принципы реализации важнейших прав человека, обучение гражданственности, личное и социальное образование, глобальное образование, межкультурное образование, обучение проблемам развития, экологическое образование, обучение культуре мира, правовое образование.

С другой стороны, ответ на вопрос о том, какие знания необходимы в первую очередь молодым людям, возможно выразить в терминах педагогики и проблемы поиска важнейших компетенций, формируемых в данном образовательном компоненте. Традиционно их разделяют на знания, навыки и умения, ценностные ориентации [5, с. 21-22]

Знания:

– Основные понятия: свобода, справедливость, равенство, человеческое достоинство, недискриминация, демократия, универсальность, права, ответственность, взаимозависимость и солидарность.

– Мысль о том, что права человека являются основой выработки и согласования стандартов поведения в семье, в школе, в обществе и во всем мире.

– Роль прав человека, их прошлое и будущее значение в жизни каждого, в жизни общества, в жизни людей во всем мире.

– Различие между гражданскими / политическими и социальными / экономическими правами.

– Различия в восприятии и осознании прав человека в разных странах, в разных слоях одного общества, различные источники их легитимности, включая религиозные, нравственные и правовые.

– Основные социальные изменения, исторические события и причины, которые привели к признанию прав человека.

– Основные международные правовые документы, целью которых является защита прав человека, такие как Всеобщая декларация прав человека ООН (ВДПЧ), Конвенция ООН о правах ребенка (КПР), Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (ЕКПЧ).

– Местные, национальные и международные организации, неправительственные организации и отдельные лица, работающие в поддержку и защиту прав человека.

Навыки:

– Активное слушание и коммуникация: умение выслушивать различные точки зрения, отстаивать свои собственные права и права других людей.

– Критическое мышление: нахождение значимой информации, критическая оценка доказательств, осознание предубеждений и предвзятости, узнавание различных форм манипулирования и принятие решений на основании аргументированного суждения.

– Навыки сотрудничества и позитивного решения конфликтов.

– Навыки участия в работе социальных групп и их организации.

– Деятельность, направленная на продвижение и защиту прав человека на местах и во всем мире.

Отношения и нравственные ценности:

– Чувство ответственности за свои действия, стремление к личному развитию и социальным переменам.

– Любознательность, открытый ум и понимание ценности разнообразия.

– Сопереживание и солидарность с другими, стремление поддержать тех, чьи права оказались под угрозой.

– Чувство человеческого достоинства, собственной значимости и значимости других независимо от социальных, культурных, языковых и религиозных различий.

– Чувство справедливости, стремление работать для достижения идеалов свободы, равенства и уважения разнообразия.

Таким образом в определенном аспекте возможно рассматривать медиаобразование как самостоятельный инструментарий формирования ряда компетенций, реализующих цели гражданского образования. Информационное общество сформировало особые условия реализации гражданских прав, требующие в том числе освоения новых форм грамотности. Медиаграмотность является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии, а опыт отечественного и зарубежного медиаобразования демонстрирует огромные возможности медиапедагогики (развитие творческих способностей, самостоятельного мышления, воображения), которые в полной мере могут быть раскрыты в различных и многообразных формах.

### Литература

1. Воспитание глобальной гражданственности. Темы и цели обучения – [http://efakaz.kz/wp-content/uploads/2015/11/Global-Citizenship-Education\\_TLO\\_RUS.pdf](http://efakaz.kz/wp-content/uploads/2015/11/Global-Citizenship-Education_TLO_RUS.pdf)
2. Global Citizenship Education. Preparing learners for the challenges of the twenty-first century. Published in 2014 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France – <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002277/227729E.pdf>
3. Макинерни К. Гражданское образование. Практический справочник. – Бюро ПРООН по разработке стратегии развития, Апрель 2004 – 118 с.
4. Пилон Д.Д. Глобальная революция и потребность в гражданском образовании в бывшем Советском блоке. – Международный Фонд Избирательных Систем (IFES), Вашингтон, Колумбия, 1995
5. Компас. Пособие по образованию в области прав человека с участием молодежи – Венгрия, 2003 г. // [http://eycb.coe.int/compass/ru/print\\_contents.html](http://eycb.coe.int/compass/ru/print_contents.html)
6. Образование в области прав человека в школьной системе Европы, Центральной Азии и Северной Америка: сборник примеров успешных практик. – Варшава, 2009. – 280 с.

7. Прайс М., Круг П. Благоприятная среда для свободных и независимых средств массовой информации / пер. с англ. М., 2000. – 97 с. – <http://medialaw.ru/publications/pdf>
8. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. Организацией ООН по вопросам образования, науки и культуры, Пляс де Фонтенуа 7, Париж 07 SP, Франция 75352, Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – 2011 – [http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil\\_rus.pdf](http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil_rus.pdf)
9. Green M., 2012. Defining Global Citizenship. <http://globalhighered.wordpress.com/2012/03/11/global-citizenship/>

**Лифанова Т.Ю.**

### **Формирования глобальной гражданственности и медиаобразование**

**Аннотация:** В основе гражданского образования лежат ценности и принципы прозрачности, участия, активного реагирования, подотчетности, предоставления полномочий и справедливости. Неотъемлемыми составляющими гражданского образования являются средства коммуникации и доступ к информации. Эти ценности и принципы определены и разработаны в Практической записке ПРООН по доступу к информации. Развитию гражданского общества уделяется большое внимание в программных документах – «Казахстан – 2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев» и в «Концепции развития гражданского общества РК». Большое внимание уделяется данному вопросу и в международном масштабе. Медиаграмотность является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии, а опыт отечественного и зарубежного медиаобразования демонстрирует огромные возможности медиапедагогики (развитие творческих способностей, самостоятельного мышления, воображения), которые в полной мере могут быть раскрыты в различных и многообразных формах.

**Ключевые слова:** гражданское общество, демократия, глобальная гражданственность, медиаобразование.

**Lifanova T.Y.**

### **Formation of Global Citizenship and Media Education**

**Abstract:** At the heart of civic education are values and principles of transparency, participation, active response, accountability, empowerment and justice. Integral components of civic education are the means of communication and information access. These values and principles are defined and developed in the Practice Note UNDP's access to information. Development of civil society pays much attention in policy documents – “Kazakhstan – 2030. Prosperity, security and the welfare of all Kazakhstan” and “The Concept of Civil Society RK” much attention is paid to this issue and on an international scale. Media literacy is part of the basic rights of every citizen of any country in the world to freedom of expression and the right to

information and is an instrument for supporting democracy, and the experience of domestic and foreign media education demonstrates the enormous potential of media education (the development of creative abilities, independent thinking, imagination) that can fully be disclosed in various and diverse forms.

**Key words:** civil society, democracy, global citizenship, media education.

*Работа выполнена 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.*

Okay A.

## Country Image of Kazakhstan in Turkey

### Introduction

The evolvement of the globalization, the proliferation of internet, communications and social media, and the disappearance of borders due to international trade have also put countries (not only companies) into a global competition. In such a competitive environment, countries are highly affected by external forces such as rapid technological changes, and proliferation of communications as well as various internal forces. Countries that review its revenues to ensure particularly economic development and level of welfare had to put such key issues as foreign investments, international tourism and exports on the agenda. Public diplomacy activities which have increased recently have been intended for fields that countries seek to influence economically, socially and politically. Developments in these fields are able to change the structure and balance of these issues in a way faster than the speed of countries to respond. That is because countries should increase its revenues of tourism, investment and exports to have a say in global economic and political relations, and they prepare a long-term “countrywide strategic plan” to be influential in their environment.

Many countries invest in “country of origin and image”, developing long-term strategies, even some governments are having consultants. Today, image emerges to be an important concept which shape interpersonal and intercountry relations.

### 1. Concept of Image

Images are simplifications of more complex ideas. Image is the sum total of all the perceptions others have about an individual (country) and that country’s capabilities (Fatt, 1997: 164). Image was defined by Dichter as “the total impression an entity makes on the minds of people” (Hatch and Schultz, 1997: 359).

Another definition of image was given by Dowling who stated “an image is the set of meanings by which an object is known and through

which people describe, remember and relate it. That is the result of the interaction of a person's beliefs, ideas, feelings and impressions about an object" (Van Riel, 1995: 73-74). For "object", one may substitute 'brand', 'country', 'reputation', 'organization', 'identity', 'person', etc. so as to make the definition appropriate to different levels. The impressions may be true or false, real or imagined, but regardless, images guide and shape behavior (Barich and Kotler, 1991: 95). It follows from this definition that different people may have a different picture of the same object or country.

Many researchers have studied image in many of its different forms, such as construed external image, desired image, and projected image; and also studied image at a variety of levels, such as product, brand, company and country image (Si and Hitt: 2004). Knecht uses the objects as a basis for distinguishing seven levels of image: product class image, brand image, company image, sector image, shop image, country image, and user image (Van Riel, 1995). Images influence each other at different levels.

## **2. Country Image**

Country image and related studies have become a significant and popular area of international business research for decades. It is often referred to in a general sense as country image, which mainly focuses on economical, technological, social and political variables of a country (Wang et al., 2012: 1041). Since the mid-1960s, numerous studies have been conducted on country image (Han, 1990). The forming of country image is a complex process that has been widely studied, primarily in the disciplines of international relations, marketing, and tourism. The range of potential image determinants is infinite. This represents both an opportunity and a challenge for the countries.

Country image in this study refers to the mental representation of a country and its people, including cognitive believes of the country's economical and technological development stages, as well as the affective evaluations of its social and political systems or standpoints. Although the image of a country can be partially formed through prior experience of using a product from that country (the two are related), a country's general image is however somewhat distinct from products associated with a particular country (Wang et.al., 2012: 1041-1042).



Definitions of the image countries view country image as a generic construct consisting of generalized images created not only by representative products but also by the degree of economic and political maturity, historical events and relationships, culture and traditions, and the degree of technological virtuosity and industrialization. While all of these factors refer to cognitive beliefs about a particular country, Askegaard and Ger and Verleghare among the few researchers who explicitly also mention an affective component of country image, the latter capturing emotions and feelings about a particular country. While, already in its origins, image theory assumes that national images have both a cognitive and an affective structure, most definitions of country image rather neglect the latter. For example, Martin and Eroglu defined country image as “the total of all descriptive, inferential and informational beliefs one has about a particular country”, while Kotler et al. refer to it as “the sum of beliefs and impressions people hold about places” (Roth, 2009: 727). According to Martin and Eroglu’s definition country image could be associated with objects, events or persons from a country in politics and culture as well as international business (Mossberg and Kleppe, 2005: 495).

Some researchers view country image as consumers’ general perceptions about the quality of products made in a particular country while some others view it as the “defined beliefs about a country’s industrialization and national quality standard” (Yasin et al., 2007: 40). The country image concept tends not to be characterized with much clarity. In the literature we can find some definitions of country image. Some of them are (Roth, 2009: 727):

Askegaard and Ger’s definition is “*Schema, or a network of interrelated elements that define the country, a knowledge structure that synthesises what we know of a country, together with its evaluative significance or schema-triggered affect.*”

They argue that investigating the content of the country-schema, including associations with other countries, will add to an understanding of the role of country image on product evaluations. Such a broadening is consistent with the connotative meaning (including potency and activity as well as evaluations) and the symbolic meaning of any concept.

Allred et al. define it as “*The perception or impression that organizations and consumers have about a country. This impression*

*or perception of a country is based on the country's economic condition, political structure, culture, conflict with other countries, labor conditions, and stand on environmental issues."*

Verlegh and Steenkamp define the country image as "*Mental representations of a country's people, products, culture and national symbols. Product-country images contain widely shared cultural stereotypes.*"

Verlegh's definition is "*A mental network of affective and cognitive associations connected to the country.*"

As mentioned definitions of country image above, many researchers define country image as "perceptions", others use related terms such as "impressions" or "associations", still others refer to "stereotypes" or "schemas" and, finally, a few authors specify country image as "beliefs", which represent one component of attitudes. While, in principle, none of these terms is wrong as such, a closer look at the nature of the underlying concepts (i.e., perceptions, stereotypes, schemas and beliefs) reveals that most of them are not comprehensive enough to fully capture the domain of the country image construct for some reasons (Roth, 2009: 728).

Country image can be classified into three groups (Demirbağ et al., 2010, 144; Hsieh et al., 2004: 253): (1) overall country image; (2) aggregate product country image; and (3) specific product country image. Overall country image is the total of all descriptive, inferential, and informational beliefs about a particular country. Aggregate product country image is the entire cognitive "feel" associated with a particular country's products or with the perceived overall quality of the products from that particular country (Hsieh et al., 2004: 253).

Country image has generally been conceptualized and operationalized in one of two ways. Some researchers have treated country image as consumers' overall perceptions, e.g. quality of products made in a given country investigated country image on the basis of five dimensions (technical advancement, prestige, workmanship, economy and serviceability) for two products (televisions and automobiles) and found the ratings to be consistent across the product categories. Such an approach assumes that country image is a halo construct (Han, 1989), i.e. consumers are assumed to lack product-level attribute information in memory that can be used in the evaluation process. A second and more common interpretation

of country image is its definition as a set of generalized beliefs about specific products from a country on a set of attributes (Agarwal and Sikri, 1996: 24). Country image is conceptualized as different from attitude toward the products from a given country. Country image can be affected by direct experience with a country, outside sources of information such as advertising or word of mouth, or inferences (correct or incorrect) from past experience with products from a given country.

Lee and Ganesh point out that country image is “created not only by products but also by other variables like economic and political status, technological advancement. Therefore, country images that can affect attitudes towards products from the country must be understood from both the country beliefs generated by the production-oriented dimension of the country and its people, and also from the non-production dimensions of both the country and the people (Heslop et al., 2008: 359).

Country image, like any other image types, is not one dimensional. It is multidimensional term. Graby says that “The ‘identity prism’ of country consists of physical (geography, natural sources, demography), cultural (history, culture), personal (name, flag, celebrities), relational (with governments, international organizations) and controlled (conscious formation of country image) elements”. According to literature, country image might be considered a special type of image which covers the country’s products, brands, companies and much more. Country image is formed on the basis of experience and opinions about the nation or country and on, primarily, information received through the various channels. Possible channels are politics (internal affairs and foreign policy), telecommunication, entertainment (movies) and rumor. Country image comprises many elements: National symbols, colors, clothing, typical buildings, objects, tunes, pieces of literature, specialties of the political system, customs, historical heritage and many more (Jenes, 2008: 67).

The general intent of most country-of-origin research usually is to provide information about the country’s or countries’ images at one point in time and the pattern of relationships among image components or dimensions. However, country images can change over time, sometimes slowly but sometimes very rapidly, particularly in reaction to incidents that generate animosity. Most research has concentrated

on comparing images of countries as producers of products and on examining the direct link between these images and product assessments. It has also been noted that country images can change over time and across product categories in response to long-term factors (e.g. generally economic development and industrialization of nations) or as the result of major events (e.g. staging the Olympics and international conflicts) (Heslop et al., 2008: 355-356).

The country image measures most commonly included in different models are (Heslop et al., 2008: 357):

- Political and social character of the country – e.g. political stability, democracy level, rights, environmental controls, role in world politics, peaceful, quality of life, education.

- Capacities/competencies of the country – e.g. technically advanced, industrialized, economic stability, well managed economy, wealth.

- Character of the people – e.g. trustworthy, friendly.

- Competency of the people – e.g. well educated, hard working, industrious.

- Country and people evaluations – e.g. likeable, ideal, attractive.

- Desired country associations – e.g. interested in immigrants from, travel to, investment from, investing in, closer ties with.

The most studies tend to consider image as a concept formed by the consumer's (or person's) reasoned and emotional interpretation as the consequence of two closely interrelated components: perceptive/cognitive evaluations referring to the individual's own knowledge and beliefs about the object or a country and affective appraisals relating to an individual's feelings towards the object or a country (Beerli and Martin, 2004: 658). From a theoretical point of view, there is general agreement that the cognitive component is an antecedent of the affective component and that the evaluative responses of consumers or people stem from their knowledge of the objects or a country. In addition, the combination of these two factors produces an overall, or compound, image relating to the positive, or negative, evaluation of the product or brand (Beerli and Martin, 2004: 658).

A review of the literature reveals the existence of a set of factors that influence image formation which, following the model proposed by Stern and Krakover, involve both information obtained from different sources and the characteristics of the individual. According

to this model, the characteristics of both the information and the individual have an effect on the system of interrelationships governing the perceived stimuli of the environment, producing a compound image. This system reflects the cognitive organization that screens the perception. Baloglu and McCleary propose a general theoretical model of image-formation factors which differentiates between stimulus factors (information sources, previous experience, and distribution) and personal factors (psychological and social) (Beerli and Martin, 2004: 661).

Fishbein and Ajzen also described three kinds of human beliefs: descriptive, informational, and inferential. Descriptive beliefs derive from direct experience with the product or country. Informational beliefs are those influenced by outside sources of information such as ads, friends, and so on. Inferential beliefs are those formed by making inferences (correctly or incorrectly) based on past experience as this experience relates to the current stimuli. Images held in people mind are one manifestation of these beliefs. Frequency information (repetitive occurrence of information) affects familiarity and then affects reputation which in turn, affects images in people mind (Koubaa, 2008: 140).

If image is considered as that meaning system which we attach to a phenomenon, and we assume that meaning systems are used to interrelate phenomena, it follows that the image of one phenomenon is not independent from the image of other related phenomena (Askegaard and Ger, 1998).

Han (1990) also points out two major functions of a country image. The halo effect occurs when consumers (or peoples) are unable to detect the true quality of a country's products before purchase. In such situations the country image can serve as a halo that indirectly affects product attitudes through inferential beliefs. When this effect occurs the consumers link country associations to products, independent of the products' implicit product attributes. The second function, the summary effect, represents country associations based on accumulated experience with products or brands from a country. The halo and the summary effect are two interdependent mechanisms both reinforcing each other as a continuing process.

Country image includes stereotypes held about a country's economic and political environment, while ethnic image refers to

a country's cultural environment; country image and ethnic image together can be viewed as dimensions of national stereotypes. For example, European-nonEuropean is an ethnic dimension, communist-capitalist is an economic and political environment dimension, while developed-undeveloped is an economic environment dimension (Ahmed et al., 2002: 282).

Country-image operationalizations progress in five directions i.e., country-image as a dummy variable, a holistic network, a complex of beliefs, an attitude construct, and a triple-component attitude construct. All these attempts offer substantial contributions to better assessments of country-image (Brijs et al., 2011: 1260). Even so, they leave an important issue to be addressed, namely, the structural relationships among the internal structure of country image: This perspective stipulates that perceptions of a given country are affected by a citizen's cognitive, affective, and conative/normative responses to the people of that country.

Papadopoulos et al., proposed that consumers' perceptions of the country of origin of a product comprise (Laroche et al., 2005: 98):

(1) A cognitive component, which includes consumers' or peoples' beliefs about the country's industrial development and technological advancement;

(2) An affective component that describes consumers' or peoples' affective response to the country's people; and

(3) A conative component, consisting of consumers' or peoples' desired level of interaction with the sourcing country.

Despite the theoretical appeal of this conceptualization, which includes the three components of an attitude, most empirical studies of country image cognitive processing have not considered the multidimensionality of country image when operationalizing the construct (Laroche et al., 2005: 98).

The cognitive, affective/evaluative, and conative phases of attitude formation are represented through the beliefs about a country and its products (cognitive), the feelings towards it and its products (affective), and behavioral intentions to purchase its products and interest in relationships with country in respect to investments, ties, and immigration (conative) (Nadeau et al., 2007: 87).

Acknowledged in research relating to destination or location image, country image comprises of cognitive and affective components.

Cognitive country image refers to consumers' beliefs of a country, incorporating levels of economic development, living standards, industrialization, technological advancement and so forth. Affective country image meanwhile refers to consumer affective evaluations (i.e., to like or dislike, be positive or negative) regarding a country and its people (Wang et al., 2012: 1042).

Distinguishing between cognitive and affective country image is important due to the fact that people may often simultaneously hold inconsistent cognitive perceptions and affective evaluations of a particular country. For instance, polls in Europe have shown that although people like American products and business, they dislike U.S. foreign policy (Wang et al., 2012: 1043).

A country images is a structure of knowledge comprising associations of varying complexity, strength, valence and uniqueness. These associations can include country stereotypes, which are broad, consensually shared beliefs and judgments of the country in general, its citizens, and their culture (Iversen and Hem, 2001: 141).

Stereotypical and self-anchored perceptions of another nation and people are inversely related to knowledge of and interest in the other nation or people. There is a general tendency for national in-group judgments to be relatively favorable compared to national out-group judgments and for out-group judgments to exaggerate the homogeneity within a group. National out-group judgments tend to be less stereotypical when there is a recognized familiarity with the national group being judged. Simplistic stereotypical perceptions of people from other nations are most prevalent under conditions of unrecognized unfamiliarity with the out-group (Mossberg and Kleppe, 2005, 296).

### **3. Stereotypes**

Literature on national stereotypes as well as the perception of nations traces back to the 1930s but it was not until the early 1960s that the concept of country-of-origin gained the attention of marketing scholars (Roth, 2009: 726). Two other concepts usually cited in the context of country image are stereotypes and schemas define stereotypes as "stored beliefs about characteristics of a group of people." Schemas, on the other hand, refer to "cognitive structures of organized prior knowledge, abstracted from experience with specific

instances". According to social psychology literature, stereotypes and schemas belong to the cognitive facet of attitudes. For example, Esses et al., split the belief component of attitude into (1) stereotypes (i.e., "beliefs about the specific characteristics possessed by members of a social group"), and (2) "more general beliefs about the social group, including symbolic beliefs". In a similar vein, Fiske et al. suggest that the "cognitive component of attitudes, ofcourse, most closely relates to schemas, in several respects." Thus, both stereotypes and schemas are valuable concepts for describing the cognitive part of country image. However, as mentioned above, images comprise a cognitive as well as an affective component, and various studies in other disciplines such as advertising or service recovery encounters show that emotions can lead to much stronger reactions than pure cognitions. It is thus important to consider also country emotions as part of country. Hence, also stereotypes and schemas do not fully capture the (country) image construct (Roth, 2009: 728).

Attitudes do not consist of cognitive aspects only, but also include affective (i.e., specific feelings or emotions) and conative (i.e., intended behavior) facets. Attitude theory is thus a powerful tool because (1) it can explain how countries are seen in the mind of the peoples, that is, what beliefs (including stereotypes and schemas) and emotions towards a country they have, (2) how this information affects their reactions towards a country (Roth, 2009: 728).

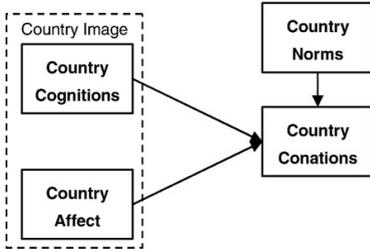
Fig. 1 shows four different types of models which – depending on the situational context – explain how cognitive and affective country image facets impact country conations. Model A reflects the two-component view of attitudes, according to which attitudes are represented as two conceptually independent, yet empirically related, constructs: (a) an affective component and (b) a cognitive or belief dimension. In this model, country images comprise both country beliefs and country affect which may vary independently and may independently affect intentions and behavior (Roth, 2009: 734).

If cognitions and emotions are consistent with each other, both are expected to contribute strongly and aboutequally to behavioral intentions. Second, the tendency to base ones' conations on cognition or affect also depends on the particular person. For example, individuals identified as thinkers mainly rely on their beliefs towards the object whereas for feelers the opposite is true. Finally, conations

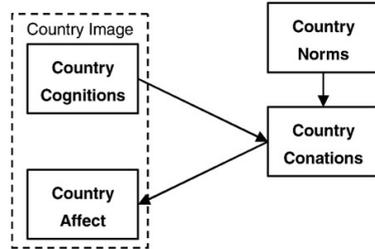


toward hedonic objects rely more on affect than cognition, whereas conation toward functional objects rely more on cognitions than emotions (Roth, 2009: 735).

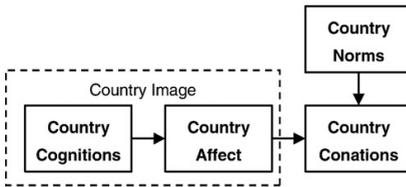
### A. Two-Component View



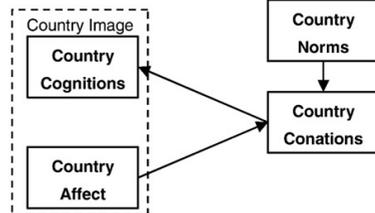
### C. Low-Involvement Hierarchy



### B. High-Involvement Hierarchy



### D. Experiential Hierarchy



**Figure 1** – Conceptual models of country image (Roth, 2009: 734).

A hierarchy-of-effects sequence which emphasizes the interrelationships among knowing, feeling, and doing and assumes that a fixed sequence of steps occurs en route to an attitude provides the basis for the three remaining models (i.e., Models B to D in Fig. 1). In contrast to the two-component view of attitudes where the attitude equation does not contain a behavioral component, the hierarchy-of-effects model follows the unidimensional view of attitudes “consisting of only one component, affect, which represents the degree of favorability or unfavorability with respect to the attitude object”. The other two components, that is, beliefs and conations, are not seen as part of attitudes per se but rather as antecedents and consequences, respectively. Literature identifies three different types of hierarchy-of-effects models, namely, (1) the standard learning hierarchy (Model B),

(2) the low-involvement hierarchy (Model C), and (3) the experiential hierarchy (Model D) (Roth, 2009: 735).

All three types of hierarchy-of-effect models are useful in a country image context. The standard learning hierarchy (Model B) follows the theory of reasoned action which assumes that an individual first forms beliefs about a certain country by accumulating knowledge regarding relevant attributes such as the country's political system or climate. The consumer (person) then relies on these beliefs to develop feelings about that country. For example, (s)he could like the country or that country's people. Finally, the person engages in relevant behavior, such as visiting the country or buying products from that country. The standard learning hierarchy assumes that a consumer (or a person) is highly involved in making his decision, that is, (s)he is motivated to seek out a lot of information, considers several alternatives and carefully comes to a thoughtful decision (Roth, 2009: 735).

Concerning the low-involvement hierarchy (Model C), in this sequence, an individual does not initially have a strong preference, that is, affect for one object or another, but instead acts on the basis of limited knowledge (beliefs) and then forms an evaluation following her/his actual behavior. An example would be a week-end trip to, say, Istanbul versus Rome, where a consumer (or a person) does not know much about these two destinations and has no clear a-priori preference for one city versus the other but forms her/his feelings towards these cities after having been there.

Visiting a country as a tourist may provide only a superficial impression of a country, but at least it allows personal interaction with locals and the host country culture. In the absence of this, external perceptions of countries are mediated to an unhealthy extent by international media. This phenomenon is exacerbated by the striking absence of alternative image formation factors such as sports performances or export brands, image determinants that can play a hugely significant role in country image perceptions.

Although stereotypical beliefs are biased, they can play an important role in risk reduction by providing coherence, simplicity and predictability in complex decision-making.

The closed nature of one-party states tends to be reflected in a lack of support for the promotion of cultural activities both domestically and internationally. Given the essential role that culture plays in the

formation of country image, this limits the scope for developing positive country image perceptions.

At the same time public diplomacy is one of the most important instruments. The soft power projection through public diplomacy hasn't been embraced by most countries.

The image of country can be described as positive, negative, weak, mixed, contradictory and overly attractive. Kotler et al., gives an example that a positive image is an image that doesn't require changing so much as it does amplifying (Ross-Wooldridge et al., 2004: 162). In case of negative image, a country must work on eliminating the factors contributing to that image. Facing an image crisis or a negative image, a country must launch an image repair campaign. The countries, firstly identify the publics impacted by the negative image, using the expanded criteria, and secondly try to offer as much information as possible to the publics in order to move the negative image towards positive image.

Countries may review their images in different ways, like poor image, negative image, mixed image, inconsistent image and highly attractive image (Kotler et al., 1993).

We extend country image to national and cultural symbols, economic and political situations, degrees of industrialization, values, and products associated with the country (Essoussi and Merunka, 2007: 412).

Related professional and academic papers have proposed a number of scales to determine the different attributes relevant to measuring perceived image. An analysis of the principal scales reveals a lack of homogeneity with respect to the attributes which define an individual's perceptions (Beerli and Martin, 2004: 658).

A mental image has been defined as "a semiotic instrument necessary in order to evoke and to think what has been perceived. Human beings use images for classifications and hierarchisations, for correlating phenomena in syntagms and deciding their substitutability in paradigms. We use images for symbolisations as in metaphorical constructions and to construct and express beliefs and explanations, thereby sometimes forming syllogisms and causal relations. However, all these processes are processes of mind and subject to change, due to the fundamental ambiguity of the image. The image may draw its content from the world of realities, but its correlation with this world

is always uncertain and subject to error. Images, in short, are not our access to reality; they are, in this sense, our reality (Askegaard and Ger, 1998).

## **4. Research Methodology**

### **4.1. Scale**

Different scales have been developed to assess country image ve various feelings about countries. When the literature on image is reviewed, it can be seen that the studies are mainly on marketing and tourism. The questionnaire used in this study is created with the help of these former studies.

The Questionnaires, a 33-item instrument with a reported reliability KMO and Bartlett for five dimensions was used to rate country image and feelings towards a nation on a 5-point Likert-type scale ranging from 1= very satisfied to 5=very dissatisfied. The 5 items were averaged for a factor score. These factors are as follows:

1. Enemy: from malice to distrust,
2. Ally: from good will to ally,
3. Imperialist: a country that is expansionist and willing to use sources,
4. Barbarian: a country that uses its power excessively,
5. Dependent: the extent to which a country needs support in its relations, especially the economical ones.

In addition to these, some expressions that are thought to be explaining the Kazakh and Kazakhstan are also included in these factors. Expressions like “Kazakhs are extremely hospitable”, “Kazakhstan has been working to improve Turkey’s economic strength with his actions” are included in the factor ally whereas “Kazakhstan enjoys intimidating minorities” expression is included in the factor barbarian and finally “Kazakhstan wants to do better in its relations with Turkey, but it does not know how to do better” is included in the factor dependent.

First 13 questions are prepared to determine the demographic features of the participants as well as their ties to Kazakhstan and their source of information about the country. Then comes questions that are 5-point Likert-type scale to be able to rate country image. This part is followed by 16 questions that are about economical, cultural, political, and social issues and these questions are also 5-point Likert-type scale

ranging from 1= very satisfied to 5=very dissatisfied uyguladık. 2 more questions are about image and last question includes 24 expressions that can be measured from 1 as negative to 10 very positive and that can be categorized into five factors. These factors are as follows:

1. Fury
2. Envy
3. Trust
4. Anxiety
5. Fear

#### **4.2. Method**

Assuming that Turkey has a closer interest to the countries that share historically, economically, culturally common values to its own compared to the countries with which it has no shared values, the purpose of this study is to analyze how people living in Turkey perceive Kazakhstan and the Kazakh and we aim to identify the image objects related to country image. Within this context, the questions below have been tried to be answered:

- Do the people living in Turkey know the Kazakh well enough?
- What is the perception of people living in Turkey about Kazakhstan and the Kazakh like?
- How can we understand the relationship between the country image and the image of Kazakhs?

The issue here is to develop a conceptual framework and a methodology for the study of this relationship. That is, what are its dimensions and components? These questions point to some possible extensions of the existing research in the field.

General limitation of this research is for instance, its having been realized at merely one city, Istanbul because the Turkish city where most Kazakhs live is Istanbul. It is a field study, thus a search-kind (descriptive) study. Universe of the study is composed of 400. 400 persons were included in the research through the simple random sampling technique.

In order to form the sampling, simple random sampling was utilized so that 400 people took the questionnaire. Questionnaires were distributed in June – July 2016 and 223 of them were returned back as making the response rate 55.75 %.

Before deciding on to make a questionnaire, a literature review has also been done at the stage of constructing questionnaire items

and evaluating the results. Some statements taking place in the questionnaire were all selected after the literature review on national and international publications. However the core of this study is based on quantitative method.

Questionnaire survey was used as a data collection instrument in this research. This questionnaire is composed of 33 statements overall including the dimensions of demographic structure, participants' ties to Kazakhstan, the channels through which they are informed about the country, their feelings towards the Kazakh and image items (i.e., enemy, ally, imperialist, barbarian, dependent).

The data processing and assessment tool for the research was SPSS 22.0. Being relevant for the objectives of the research, frequency, factor and correlation analyses were used to evaluate the findings. Reliability analysis of our study has been done through KMO and Bartlett.

#### **4.3. Data Analysis and Interpretation**

53,8 % of the participants are female whereas 46,2 % of them are male. When it comes to age groups, 66,8 % are in 19- 22 age group and 18,8 % are 23-26 years old whereas 7,5 % are between 27-30 and participants above 31 are only 4,9 %. The biggest proportion is people who are 20 with a percentage of 33,2 %. Participants who are high school graduates are 68,2 % whereas the participants who are university graduates are 22,9 %. Furthermore, vocational school graduates are 4 % and master's graduates are 2,2 % and finally primary school graduates are 1,3 %. 98,7 % of the participants have no ties to Kazakhstan and they have never been there. The proportion of people who have been there is only 0,9 %.

When mentioned Kazakhstan, the first thing that comes to people's minds is "people from Turkish origin" with %31,8. Then come nomads (%23,8), motherland (%19,7), and the land of oil and gas (%8,5). The other answers include iron curtain country, bribing, agriculture, winter and some others with a proportion of 15,6 %. Although Kazakhstan declared its independence in 1991, 6,7 % of the participants still consider it as an Iron Curtain Country. This probably stems from the fact that these people have insufficient knowledge about Kazakhstan.

12,6 % of the participants state that they may go to the country if they can and nearly half of them (49,3 %) state that they would rather not travel there. This shows that economical, political, cultural, and

historical ties between Kazakhstan and people from Turkey are not strong enough.

Table 1

**When mentioned Kazakhstan  
the first thing that comes to people's mind**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No answer	1	,4	,4	,4
	motherland	44	19,7	19,7	20,2
	nomads	53	23,8	23,8	43,9
	agriculture	5	2,2	2,2	46,2
	bribing	4	1,8	1,8	48,0
	Iron curtain country	15	6,7	6,7	54,7
	people from Turkish origin	71	31,8	31,8	86,5
	land of oil and gas	19	8,5	8,5	95,1
	winter	4	1,8	1,8	96,9
	Other	7	3,1	3,1	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Table 2

**Would rather travel to Kazakhstan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No answer	11	4,9	4,9	4,9
	Yes	28	12,6	12,6	17,5
	No	110	49,3	49,3	66,8
	No idea	74	33,2	33,2	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Table 3

**Sources of information about Kazakhstan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No answer	12	5,4	5,4	5,4
	Press media	37	16,6	16,6	22,0
	Visual media	79	35,4	35,4	57,4
	Social media	62	27,8	27,8	85,2
	Kazakh friends	9	4,0	4,0	89,2
	Others	24	10,8	10,8	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

When participants are asked about the sources of information, they state that they mostly get the information about Kazakhstan through visual media (35,4 %). The second answer is social media with a percentage of 27,8. On the other hand, people who think that Turkey has a strategy of corporation with Kazakhstan are 31,8 % of the participants. People who state “no idea” on this issue are nearly 50 % whereas people who say no are 12,6 %. This shows that participants who are informed through many sources of information about Kazakhstan mostly have superficial or wrong knowledge regarding the country mentioned.

Table 4

**KMO and Bartlett Test Results**

## SCALE 1

KMO	.713
Bartlett	.000

KMO test is %71.3 (.713). Since  $71.3 > 0.50$  data set is suitable for factor analysis. Bartlett test (.000) is meaningful.

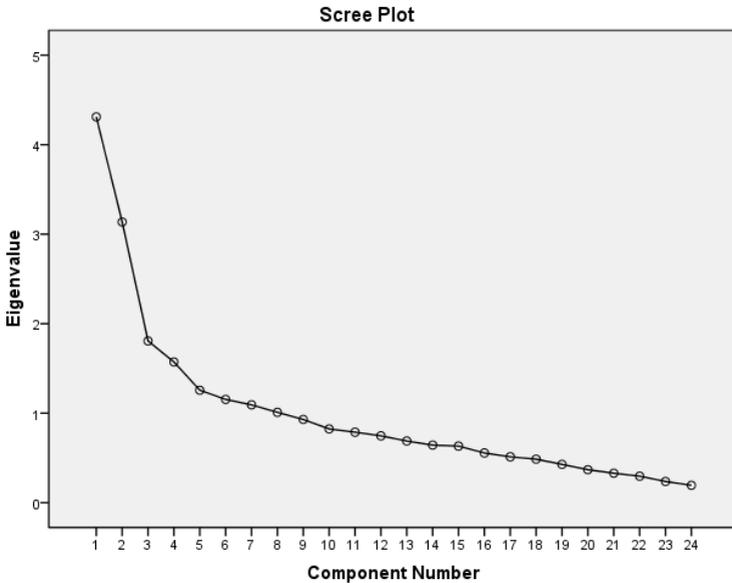
The factors which have the eigenvalue bigger than 1 are stated as meaningful factors. As seen in Table 5, there are 8 factors that have the eigenvalue bigger than 1. The first factor explains 12,096 % of the total variance. The first and second factors in total explain 26,062 % of the total variance. Overall, eight factors explain 63,914 % of the total variance.



Table 5

**Number of Factors and Percentage  
of Explained Variance Based on Eigenvalue Statistics**

Component	Initial Eigenvalues			After Rotation		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.311	17.963	17.963	2.903	12.096	12.096
2	3.136	13.068	31.032	2.281	9.506	21.602
3	1.807	7.527	38.559	2.107	8.781	30.383
4	1.572	6.551	45.110	2.103	8.764	39.147
5	1.257	5.237	50.347	1.926	8.024	47.171
6	1.154	4.807	55.154	1.407	5.861	53.032
7	1.093	4.554	59.708	1.312	5.466	58.497
8	1.010	4.206	63.914	1.300	5.417	63.914
9	.930	3.874	67.788			
10	.824	3.434	71.222			
11	.788	3.283	74.504			
12	.747	3.111	77.616			
13	.689	2.870	80.486			
14	.644	2.682	83.168			
15	.632	2.634	85.802			
16	.555	2.313	88.115			
17	.512	2.135	90.250			
18	.486	2.026	92.277			
19	.428	1.783	94.059			
20	.369	1.536	95.595			
21	.330	1.373	96.968			
22	.296	1.233	98.202			
23	.237	.989	99.190			
24	.194	.810	100.000			



**Figure 1** – Scree plot for the analysis shown in Table 5

In the factor analysis for Scale 1, the conditions sought are that there should not be only one statement under a factor, there should not be very similar load factors under two or more factors, and the load factor should be at least 0.30. It is seen that 11<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> items do not correspond to these conditions, hence, these items are taken off the scale. The scale finally has 22 items.

*Table 6*

**Converted Matrix of Factors**

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Kazakhstan is developing plans that can be harmful for other nations	.816	.074	-.012	.061	-.103	-.163	.102	-.019
2. Kazakhstan uses its power to prevent others from becoming more powerful and developed	.777	.145	-.122	.117	-.020	-.162	.077	-.023

*Continuation of table 6*

	1	2	3	4	5	6	7	8
3. The Kazakh are not to be trusted	.620	.158	-.014	.015	.079	.359	-.267	.087
4. Kazakhs are arrogant and they believe they are superior	.592	.361	.176	-.053	-.047	.264	-.126	.111
5. Kazakhstan lies to get what it wants	.522	.060	.311	-.152	-.280	.034	.094	.352
6. Kazakhstan acts irrationally in its behavior towards its neighbours	.205	.852	-.118	.020	-.129	-.033	.138	.085
7. Kazakhstan likes to intimidate more than 130 ethnicities it cohabitates	.193	.798	.206	.066	-.060	-.130	.020	-.026
8. Kazakhstan has no good will towards Turkey	.457	.512	.055	.109	-.286	-.029	.221	.104
9. We cannot trust Kazakhstan to help us when we need it	.113	-.068	.770	-.016	.032	.076	-.026	-.028
10. Kazakhstan complies with the agreements it made with Turkey	.098	.141	.704	.446	.086	-.061	-.067	.091
11. Kazakhstan wants to do better in its relations with Turkey but does not know how	.263	-.122	-.481	.214	-.196	.053	.006	.105
12. Kazakhstan values the solutions based on cooperation	-.054	.237	.444	.174	.424	.050	-.166	.153
13. Kazakhstan needs Turkey's guidance on economic issues	.110	.064	-.038	.789	.115	-.117	-.093	.117
14. Kazakhstan cooperates with Turkey for common goals	.72	-.232	.264	.733	.016	.131	.127	-.037
15. If Kazakhs were more disciplined, they could be more useful to themselves	-.104	.325	-.079	.705	.059	.044	.173	-.157

*Continuation of table 6*

	1	2	3	4	5	6	7	8
16 Kazakh leaders are good willed	-.089	-.205	.102	-.013	.697	.000	-.114	-.076
17 Kazakhs are extremely hospitable	.180	.124	.072	.161	.622	.160	.227	.095
18 Kazakhstan will not abuse Turks for its own interests	.332	.234	-.061	-.041	-.597	.058	-.035	.061
19 Kazakhstan is directed by external powers	-.213	-.204	.413	.074	.419	-.107	.321	-.124
20 Some Turks living in Kazakhstan accepted to be used to support Kazakhstan agenda	.095	.133	.187	.098	.125	-.715	.201	.052
21 Kazakhstan does not need Turkey's support in the international arena	.030	-.037	.269	.092	.226	.576	.217	-.096
22 Kazakhstan tries to increase Turkey's economical power with its actions	.044	.187	-.093	.060	.021	-.022	.819	.030
23. Kazakhstan uses violence as the last option	.085	.074	-.061	-.065	-.051	-.165	-.064	.853
24 Kazakhstan uses its power uncontrollably	.017	-.016	-.048	.228	.089	.420	.337	.528

In Table 6, 8 factors and factor loadings under each variable is shown. Under the first factor; variable 1 (.816), variable 2 (.777), variable 3 (.620), variable 4 (.592), variable 5 (.522), variable 18 (.332) have the biggest loads. Under the second factor; variable 6 (.852), variable 7 (.798), variable 8 (.512) have the biggest loads. Under the third factor; variable 9 (.770), variable 10 (.704), variable 12 (.444) have the biggest loads. Under the fourth factor; variable 13 (.789), variable 14 (.733), variable 15 (.705), variable 19 (.413) have the biggest proportions. Under the fifth factor; variable 16 (.697), variable 17 (.622) have the biggest proportions. Under the sixth factor; variable 21 (.576) has the biggest proportion. Under the seventh factor; variable 22 (.819) has the biggest proportion. Under the eighth factor;

variable 23 (.853) and variable 24 (.528) have the biggest proportions and variables 11 and 20 are out.

Table 7

### Factor Analysis of Subdimensions, Items and Factor Loadings

Factor Loadings	Items	Factor Loading
1 <sup>st</sup> Subdimension (6items) Imperialist	Kazakhstan is developing plans that can be harmful for other nations	.816
	Kazakhstan, uses its power to prevent others from becoming more powerful and developed	.777
	The Kazakh are not to be trusted	.620
	Kazakhs are arrogant and they believe they are superior	.592
	Kazakhstan lies to get what it wants	.522
	Kazakhstan will not abuse Turks for its own interests	.332
2 <sup>nd</sup> Subdimension (3 items) Enemy	Kazakhstan acts irrationally in its behavior towards its neighbours	.852
	Kazakhstan likes to intimidate more than 130 ethnicities it cohabitates	.798
	Kazakhstan has no good will towards Turkey	.512
3 <sup>rd</sup> Subdimension (4 items) Ally	We cannot trust Kazakhstan to help us when we need it	.770
	Kazakhstan complies with the agreements it made with Turkey	.704
	Kazakhstan values the solutions based on cooperation	.444
	Kazakhstan is directed by external powers	.413
4 <sup>th</sup> Subdimension (3 items) Dependent	Kazakhstan needs Turkey's guidance on economic issues	.789
	Kazakhstan cooperates with Turkey for common goals	.733
	If Kazakhs were more disciplined, they could be more useful to themselves	.705
5 <sup>th</sup> Subdimension (2 items) Friendship	Kazakh leaders are good willed	.697
	Kazakhs are extremely hospitable	.622

*Continuation of table 7*

Factor Loadings	Items	Factor Loading
6 <sup>th</sup> Subdimension (1 item) Independence	Kazakhstan does not need Turkey's support in the international arena	.576
7 <sup>th</sup> Subdimension (1 item) Supportive/ Encouraging	Kazakhstan tries to increase Turkey's economical power with its actions	.819
8 <sup>th</sup> Subdimension (2 items) Barbarian	Kazakhstan uses violence as the last option	.853
	Kazakhstan uses its power uncontrollably	.528

According to the data, scale applied turns into a new one since the five factors group becomes an eight factor one. New factor groups that explain how Kazakhs and Kazakhstan are perceived are added.

*Table 8*

### KMO and Bartlett Test Results

#### SCALE 2

KMO	.848
Bartlett	.000

KMO test is %84.8 (.848). Since  $84.8 > 0.50$ , data set is suitable for factor analysis and Bartlett test (.000) is meaningful.

The factors which have the eigenvalue bigger than 1 are set as meaningful. As shown in Table 9, there are 4 factors that have the eigenvalue bigger than 1. The first factor explains 24.485 % of the total variance.

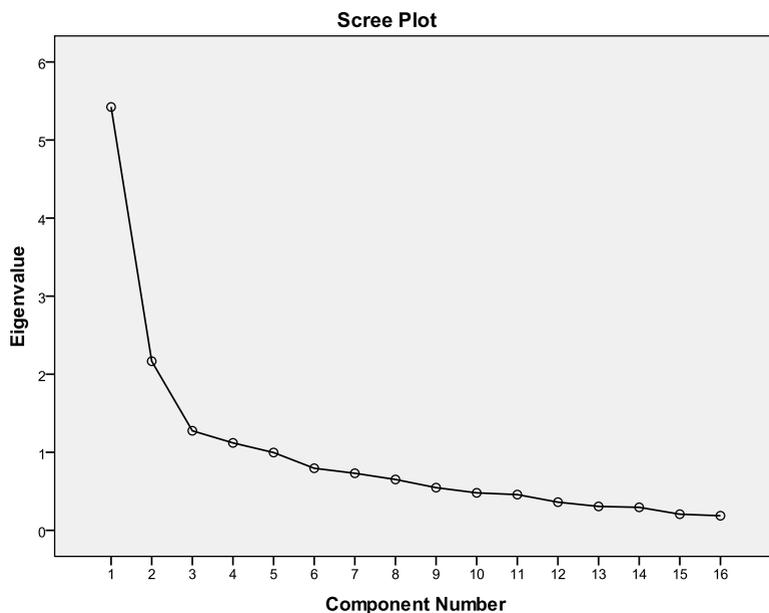
The first and second factors together explain 45.284 % of the total variance. Overall, four factors explain 62.406 % of the total variance. In the factor analysis process for Scale 2, the conditions sought are that there should not be a single item under a factor, there should not be similar items under more than one factor and the loading factor should be above 0.30. It is seen that all the conditions are met in all items.

Table 9

**Number of Factors and Percentage  
of Explained Variance Based on Eigenvalue Statistics**

Component	Initial Eigenvalues			After rotation		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.423	33.893	33.893	3.918	24.485	24.485
2	2.166	13.539	47.433	3.414	21.339	45.824
3	1.275	7.972	55.404	1.504	9.397	55.221
4	1.120	7.002	62.406	1.150	7.185	62.406
5	.997	6.230	68.636			
6	.795	4.970	73.606			
7	.731	4.570	78.176			
8	.652	4.072	82.248			
9	.547	3.419	85.667			
10	.480	3.001	88.668			
11	.458	2.860	91.529			
12	.361	2.255	93.784			
13	.306	1.915	95.699			
14	.295	1.842	97.541			
15	.207	1.291	98.832			
16	.187	1.168	100.000			

In Table 10, 4 factors and factor loadings under each variable are presented. Under the first factor; variable 1 (.838), variable 2 (.821), variable 3 (.808), variable 4 (.794), variable 5 (.772), variable 6 (.514) have the biggest loadings. Under the second factor; variable 7 (.861), variable 8 (.840), variable 9 (.791), variable 10 (.771), variable 11 (.459), variable 12 (.430) have the biggest loadings. Under the third factor; variable 13 (.794), variable 14 (.784) have the biggest loadings. Under the fourth factor; variable 15 (.686) and variable 16 (.613) have the biggest loadings.



**Figure 2** – Scree plot for the analysis shown in Table 9

*Table 10*

**Converted Matrix of Factors**

Items	1	2	3	4
1 Our lives at home are similar	.838	.157	.044	-.053
2 Our cuisines are similar	.821	.144	-.077	-.084
3 Kazakh culture and Turkish culture are similar	.808	-.010	.048	.222
4 Our friendship ties are similar	.794	.211	0.18	.091
5 Our understanding of entertainment are similar	.772	.288	.079	-.140
6 I would approve of my child's or relatives' marriage to a Kazakh	.514	.356	.147	-.033
7 Their economy is developed	.089	.861	.159	.065
8 It is a highly educated country	.150	.840	.036	-.024
9 Life standards of the nation is high	.184	.791	.141	-.026



Continuation of table 10

Items	1	2	3	4
10 Their technological research is developed	.169	.771	-.039	.030
11 I would like to live in Kazakhstan	.293	.459	.142	-.429
12 Kazakhstan is a safe country	.326	.430	.225	-.089
13 Kazakhstan has political stability	.036	.085	.794	.100
14. Democratic rights and freedom can be freely used in Kazakhstan	.064	.176	.784	-.081
15 Kazakhs living in Kazakhstan have previlleges compared to the other ethnicities in the country	-.101	-.029	.207	.686
16 Kazakhstan has natural, historical, and cultural richnesses	.310	.112	-.241	.613

Table 11

**Factor Analysis of Subdimensions, Items and Factor Loadings**

Subdimentions	Items	Factor Loadings
1 <sup>st</sup> Subdimention (6 items) Cultural Similarity	Our lives at home are similar	.838
	Our cuisines are similar	.821
	Kazakh culture and Turkish culture are similar	.808
	Our friendship ties are similar	.794
	Our understanding of entertainment are similar	.772
	I would approve of my child's or relatives' marriage to a Kazakh	.514
2 <sup>nd</sup> Subdimention (6 items) Economic Development	Their economy is developed	.861
	It is a highly educated country	.840
	Life standards of the nation is high	.791
	Their technological research is developed	.771
	I would like to live in Kazakhstan	.459
	Kazakhstan is a safe country	.430

Continuation of table 11

Subdimentions	Items	Factor Loadings
3 <sup>rd</sup> Subdimention (2 items Democracy	Kazakhstan has political stability	.794
	Democratic rights and freedom can be freely used in Kazakhstan	.784
4 <sup>th</sup> Subdimention (2 items) Cultural Richness	Kazakhs living in Kazakhstan have previliges compared to the other ethnicities in the country	.686
	Kazakhstan has natural, historical, and cultural richnesses	.613

Table 12

**KMO and Bartlett Test Results**

## SCALE 3

KMO	.852
Bartlett	.000

KMO test gives %85.2. Since  $(.852)85.2 > 0.50$ , the data set is suitable for factor analysis. Bartlett test (.000) is meaningful.

Table 13

**Number of Factors and Percentage  
of Explained Variance Based on Eigenvalue Statistics**

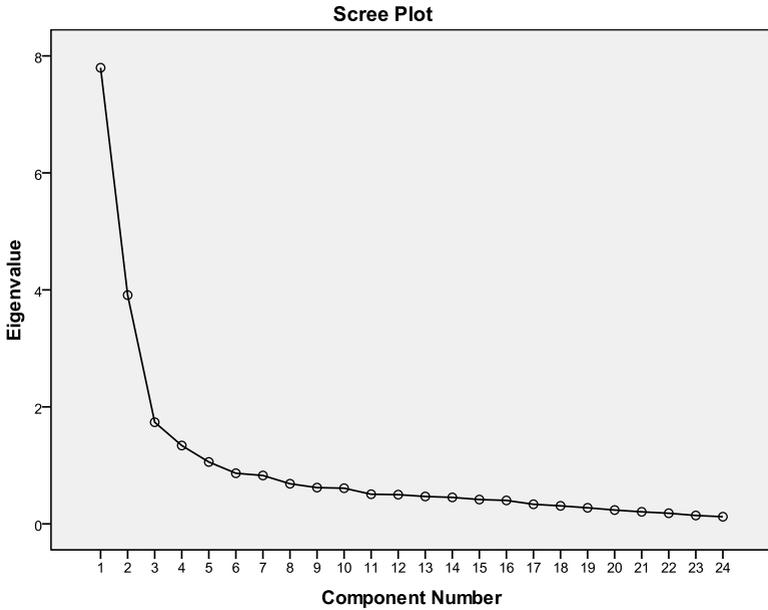
Component	Initial Eigenvalues			After Rotation		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.797	32.487	32.487	5.083	21.179	21.179
2	3.910	16.293	48.780	3.132	13.049	34.228
3	1.737	7.239	56.020	2.832	11.799	46.027
4	1.340	5.581	61.601	2.460	10.250	56.276
5	1.058	4.409	66.010	2.336	9.734	66.010
6	.865	3.606	69.616			
7	.827	3.446	73.062			

*Continuation of table 13*

Component	Initial Eigenvalues			After Rotation		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
8	.686	2.858	75.920			
9	.620	2.583	78.503			
10	.610	2.540	81.043			
11	.506	2.110	83.153			
12	.499	2.081	85.234			
13	.468	1.951	87.185			
14	.453	1.886	89.071			
15	.416	1.733	90.804			
16	.401	1.671	92.475			
17	.335	1.395	93.870			
18	.308	1.283	95.153			
19	.275	1.144	96.297			
20	.236	.984	97.281			
21	.206	.857	98.138			
22	.181	.756	98.894			
23	.144	.598	99.492			
24	.122	.508	100.000			

The factors which have the eigenvalue bigger than 1 are set as meaningful. As shown in Table 13, there are 4 factors that have the eigenvalue bigger than 1. The first factor explains 21.179 % of the total variance. In total, 5 factors explain 66.010 % of the total variance.

In the factor analysis process for Scale 3, the conditions sought are that there should not be a single item under a factor, there should not be similar items under more than one factor and the loading factor should be above 0.30. It is seen that all the conditions are met in all items.



**Figure 3** – Scree plot for the analysis shown in Table 13

*Table 14*

**Rotated Factor Matrix**

	1	2	3	4	5
1 Frightening	.778	-.192	-.042	-.144	.024
2 Disturbance	.768	-.244	.091	-.208	-.158
3 Fury	.724	-.249	.270	-.357	-.010
4 Worry	.699	-.011	.358	.247	.110
5 Indignation	.672	-.116	.193	.108	.008
6 Pity	.665	-.109	.408	-.218	-.011
7 Resentment	.662	-.381	.011	.309	-.061
8 Disdain	.650	-.281	-.147	.161	.251
9 Jealousy	.649	-.222	-.320	-.068	.457

*Continuation of table 14*

	1	2	3	4	5
10 Disrespect	.636	-.075	-.086	-.112	-.430
11 Envy	.615	.203	-.483	-.110	.208
12 Concern	.611	.110	.582	.155	.133
13 Admiration	.598	.223	-.415	-.145	.028
14 Disgust	.596	-.287	.152	-.296	-.083
15 Hostility	.564	-.158	-.358	.014	.143
16 Fear	.541	-.400	-.118	.428	-.235
17 Sympathy	.263	.789	.132	-.169	.137
18 Trust	.218	.766	-.014	-.264	-.025
19 Familiarity	.242	.659	.262	.223	-.193
20 Respect	.050	.615	.222	-.167	.332
21 Compassion	.406	.568	.025	.416	.060
22 Appreciation	.461	.549	-.162	.395	.075
23 Grateful	.461	.477	-.285	.066	-.396
24 Sublime	.408	.453	-.194	-.228	-.288

Tablo 14 shows 5 factors and factor loadings under each variable. Under the first factor; variable 1 (.778), variable 2 (.768), variable 3 (.724), variable 4 (.699), variable 5 (.672), variable 6 (.665), variable 7 (.662), variable 8 (.650), variable 9 (.649), variable 10 (.636), variable 11 (.615), variable 12 (.611), variable 13 (.598), variable 14 (.564), variable 15 (.564), variable 16 (.541) have the biggest loadings. Under the second factor; variable 17 (.789), variable 18 (.766), variable 19 (.659), variable 20 (.615), variable 21 (.568), variable 22 (.549), variable 23 (.477), and variable 24 (.453) have the biggest loadings.

The statements which were grouped under 5 factors in original are grouped under 2 in the evaluation of our questionnaire. This may be due to the possibility that either participants misunderstood the questions or they answered these questions superficially. That is why feelings such as worry, fear and resentment were grouped under the first category whereas the ones such as trust and respect were grouped under the second category.

Table 15

**Factor Analysis of Subdimensions, Items and Factor Loadings**

Subdimensions	Items	Factor Loadings
1 <sup>st</sup> Subdimention (16 items)	1 Frightening	.778
	2 Disturbance	.768
	3 Fury	.724
	4 Worry	.699
	5 Indignation	.672
	6 Pity	.665
	7 Resentment	.662
	8 Disdain	.650
	9 Jealousy	.649
	10 Disrespect	.636
	11 Envy	.615
	12 Concern	.611
	13 Admiration	.598
	14 Disgust	.596
	15 Hostility	.564
	16 Fear	.541
2 <sup>nd</sup> Subdimention (8 items)	17 Sympathy	.789
	18 Trust	.766
	19 Familiarity	.659
	20 Respect	.615
	21 Compassion	.568
	22 Appreciation	.549
	23 Grateful	.477
	24 Sublime	.453

As a result, the fact that one category has 16 negative feelings whereas the other category has 6 ones shows that Kazakhs are not known well enough. If Kazakhstan and Kazakhs were known and evaluated in detail, positive items would be much more and higher in proportion.

According to the results of correlation analysis, there is no meaningful relationship between scale 2 and scale 3. ( $r = -.136, p > .01$ ).

According to the results of correlation analysis, there is no meaningful relationship between scale 1 and scale 3. ( $r = .124, p > .01$ ).

According to the results of correlation analysis, there is no meaningful relationship between scale 1 and scale 2. ( $r = .043, p > .01$ ).

Table 16

### The Average of Overall Assessments of Kazakhstan

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Kazakhs living in Kazakhstan have previliegues compared to the other ethnicities in the country	2,96	,728	223
Democratic rights and freedom can be freely used in Kazakhstan	3,15	,623	223
Kazakhstan has political stability	3,04	,667	223
Kazakhstan is a safe country	3,01	,777	223
I would like to live in Kazakhstan	3,67	1,210	223
Kazakhstan has natural, historical, and cultural richneses	2,45	,923	223
Their technological research is developed	3,21	,840	223
It is a highly educated country	3,24	,876	223
Their economy is developed	3,19	,906	223
Life standards of the nation is high	3,24	,830	223
I would approve of my child's or relatives' marriage to a Kazakh	2,90	1,017	223
Kazakh culture and Turkish culture are similar	2,41	,945	223
Our friendship ties are similar	2,70	,857	223
Our understanding of entertainment are similar	2,91	,787	223
Our cuisines are similar	2,76	,916	223
Our lives at home are similar	2,79	,856	223

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,978	2,413	3,673	1,260	1,522	,101	16

Participants stated that to them Kazakhstan is not an attractive country, Kazakh nation does not have high life standards, and their level of education and technological research is not high. When the answers given are evaluated, it can be seen that the smallest (positive) value is 2,41 with the statement that Kazakh and Turkish cultures are similar and the biggest (negative) value is 3,67 with the statement of "I would like to live in Kazakhstan". When the answers are evaluated overall, they are mostly a little bit below or above the value "No idea (3)". This shows that people are not informed well enough about Kazakhstan.

When the data set is viewed in frequency distribution, in the "Kazakhs living in Kazakhstan have privileges compared to the other ethnicities in the country" statement, the proportion of the ones agree is 17,5 % whereas the ones who do not agree are 15,3 % of the total. The participants who state that democratic rights and freedom can be freely used in Kazakhstan are 6,2 % whereas the ones who disagree with such a statement are 19,7 % of the total. However, the Republic of Kazakhstan is a democratic country and the country has a multi political party system. "Kazakhstan has political stability" statement is agreed by 11,6 % whereas it is disagreed by 15,2 %. However, the same party has long been the majority in the parliament of Kazakhstan. The ones who think Kazakhstan is a safe country are 13,7 % of the total participants whereas the ones who disagree are 17,1 %. This result shows consistency with the former result. The participants who would like to live Kazakhstan have the proportion of 14,8 % whereas the ones who would rather not live in the country have 57,8 %. This shows that people living in Turkey do not consider Kazakhstan as an attractive country. Participants who state that Kazakhstan has natural, historical, and cultural richnesses are 52,5 % of the total and people who disagree with that statement are 11,6 %. The ones who state that Kazakhstan's technological research is developed are 10,3 % whereas



the rate of the ones who disagree with such a statement is 10,3 %. The participants who believe that education level of Kazakhstan is high are 10,3 % of the total and the ones who do not believe that are 35,4 %. However, Kazakhstan gives importance to education and technology and there are many support programs and scholarships by the government.

According to the questionnaire results, participants who think that Kazakhstan has a developed economy are 13 % whereas who think the opposite are 37,2 % of the total answers. The fact that such a country which has the richest natural and mineral resources of the world is considered so can be related to the situation that it has no global brands and it is not active in exporting. People who believe that Kazakhs have high standards of living are 10,7 % in proportion whereas the ones who disagree with this statement are 36,8 %. This result is also in consistency with the previous one. If a country is not developed economically, it surely will not have high standards of living. The ones who state "I would approve of my child's or relatives' marriage to a Kazakh" are 32,3 % whereas the ones who disagree are 22 % in proportion. This is worth attention since it shows the historical and cultural familiarity between Kazakhs and Turks. People who believe that two aforementioned cultures are similar are 55,6 % of the total whereas people who disagree with that are 9,8 %.

Table 17

### Perception of Kazakhstan's image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positive	37	16,6	16,6	16,6
	Negative	36	16,1	16,1	32,7
	Noncommittal	150	67,3	67,3	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

When it comes to Kazakhstan's image, 67,3 % of the participants did not give their opinion. The ones who stated that the country has a positive image is nearly the same as the ones who stated that the country has a negative image.

Table 18

**Points to be Emphasized to Change or Improve Image**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No answer	4	1,8	1,8	1,8
	Economy	59	26,5	26,5	28,3
	Cultural relations	62	27,8	27,8	56,1
	Education	32	14,3	14,3	70,4
	Tourism	18	8,1	8,1	78,5
	Media	39	17,5	17,5	96,0
	Others	9	4,0	4,0	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

The question which asks what should be done to change Kazakhstan's perceived image is answered as cultural cooperation (27,8 %), economical cooperation (26,5 %), media (17,5%) and education (14,3 %).

**Conclusion**

This study shows that people from Turkey consider Kazakhs and Kazakhstan as a historically proximate country, that the superficial information they get from the media does not reflect the relations between the two countries well enough, that people from Turkey do not think Kazakhstan is an attractive country due to their ideas like Kazakhstan's life standards, education and technological research levels are not high.

When the emotional factors are evaluated, the fact that in one group there are 16 negative feelings compared to the other group which has 6 items shows that people from Turkey do not know Kazakhs well enough. If they did, positive items would be much more with much higher values.

Furthermore, this study also shows the validity of the scale in Turkey though with different groupings and so gives a new scale that could be used on measuring Kazakhstan's country image in Turkey. Using this scale in further studies of Kazakhstan's country image in Turkey will definitely be useful in academic field.

Values that countries have should not be limited to their natural beauties, historical artifacts and building, or climates. People are

also an effective value, and the most important mediator who present all other attributes of countries. For examples successful artists, sportsmen, scientists are all “values”, while they have important roles to present all other attributes. Mass media play an important role to communicate these values to other people. Besides personal and mass media, social media has emerged, in recent years, to be a tool that reflects and creates an image. To develop a country’s image, it is essential to ascertain the position and status of such country in the eyes of other countries, and determine messages to be delivered within the framework of the strategic country image planning, and media through which such messages will be delivered, as well as publics. Image is not a static concept. It is dynamic. It should not be forgotten that it will vary, progress and solidify as conditions change.

Advertising, art facilities, scientific tools and findings, economic and political actions, symbols, cultural heritage, firms and brand names, and media are the main tools through which a country image is communicated. Travelling has also been proved to change perceptions on a country’s image. However, all these should be within a well-planned strategy that is far from being superficial.

### References

1. AHMED Zafer U, JOHNSON James P, LING Chew Pei, FANG Tan Wai, HUI Ang Kah (2002). “Country-of-origin and Brand Effectson Consumers’ Evaluations of Cruise Lines”, *International Marketing Review*, 19, 3, 279-302.
2. AGARWAL Sanjeev, SIKRI Sameer, (1996). “Country image: consumer evaluation of product category extensions”, *International Marketing Review*, Vol. 13, Iss 4, 23 – 39.
3. ASKEGAARD Soren, GER Guliz (1998). “Product-country Images: Towards a Contextualized Approach”, *European Advances in Consumer Research*, Vol. 3, 50-58.
4. BARICH Howard, KOTLER Philip (1991). “A Framework for Marketing Image”, *Sloan Management Review*, 32 (2), 94-104.
5. BEERLI Asuncio’n, MARTIN Josefa D., (2004). “Factors Influencing Destination Image”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No.3, 657–681.
6. BRIJS Kris, BLOEMERJOSEE, Kasper Hans (2011). “Country-Image Discourse Model: Unraveling Meaning, Structure and Function of Country Images”, *Journal of Business Research*, Vol.64, 1259-1269.
7. DEMIRBAĞ Mehmet, SAHADEV Sunil, MELLAHI Kamel, (2010). “Country image and consumer preference for emerging economy products: the moderating role of consumer materialism”, *International Marketing Review*, Vol. 27, Iss 2, 141 – 163.

8. ESSOUSSI Leila Hamzaoui, MERUNKA Dwight (2007). "Consumers' product evaluations in emerging markets", *International Marketing Review*, Vol. 24, Iss 4, 409 – 426.
9. FATT James Poon Teng, (1997). "Communicating a Winning Image", *Industrial and Commercial Training*, Vol.29, No.5, 158-165.
10. GAINES Jina (2003). "Runaway Board? Race, Reputation, and Virginia Tech's Image Restoration Campaign", 16<sup>th</sup> December, 2003.
11. HAN C.Min (1990). "Testing the Role of Country Image in Consumer Choice Behaviour", *European Journal of Marketing*, 24, 6, 24-40.
12. HATCH Mary Jo, SCHULTZ Majken, (1997) "Relations Between Organizational Culture, Identity and Image", *European Journal of Marketing*, Vol. 31 Iss: 5/6, 356-365.
13. HESLOP Louise A., LU Irene R.R., CRAY David, (2008). "Modeling country image effects through an international crisis", *International Marketing Review*, Vol. 25, Iss 4, 354-378.
14. HSIEH Ming-Huei, PAN Shan-Ling, SETIONO Rudy (2004). "Product-, Corporate-, and Country image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 32, No. 3, 251-270.
15. IVERSEN Nina M., HEM Leif E. (2001). "Country Image in National Umbrella Brandingeffects of Country Associations on Similarity Judgments", *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, Vol. 4, 140-149.
16. JENES Barbara (2008). "Reconsidering the Measurement of Country Image –Theory and Practice", FIKUSZ 2008 Business Sciences Symposium for Young Researchers: Proceedings, 65-80.
17. KOTLER Philip, GERTNER David (2002). "Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective", *Journal of Brand Management*, Vol. 9, No:4-5, 249-261.
18. KOTLER Philip, HAIDER Donald H., REIN Irving, (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*, New York: The Free Press a Division of Macmillan, Inc.
19. LAROCHE Michel, PAPADOPOULOS Nicolas, HESLOP Louise A., MOURALI Mehdi (2005). "The Influence of Country Image Structure on Consumer Evaluations of Foreign Products", *International Marketing Review*, Vol. 22, Iss 1, 96-115.
20. LEE Dongdae, GANESH Gopala (1999). "Effects of Partitioned Country Image in the Context of Brand Image and Familiarity", *International Marketing Review*, Vol.16, No.1, 18-39.
21. MARTIN M. Ingrid, EROĞLU Sevgin (2011). "Measuring a Multi-dimensional Construct: Country Image", *Journal of Business Research*, Vol.28, No.3, 191-210.
22. MOSSBERG Lena, KLEPPE Ingeborg Astrid (2005), "Country and Destination Image – Different or Similar Image Concepts", *The Service Industries Journal*, Vol. 25, No. 4, 493-503.
23. NADEAU John, HESLOP Louise, O'REILLY Norm, LUK Peter (2007). "Destination in a Country Image Context", *Annals of Tourism Research*, Vol.35, No.1, 84-106.

24. PARAMESWARAN Ravi, PISHARODI R. Mohan (2002). "Assimilation Effects in Country Image Research", *International Marketing Review*, Vol. 19, No.3, 259-278.
25. PEREIRA Arun, HSU Chin-Chun, KUNDUSUMIT K. (2005). "Country-of-origin Image: Measurement and Cross-national Testing", *Journal of Business Research*, 58, 103-106.
26. ROSS-WOOLDRIDGE, B., BROWN, M. P., MINSKY B. D. (2004). The Role of Company Image as Brand Equity", *Corporate Communications: An International Journal*, 9 (2), 159-167.
27. ROTH Katharina P., DIAMANTOPOULOS Adamantios, (2009). "Advancing the country image construct", *Journal of Business Research*, 62, 726-740.
28. SI Steven X, HITT Michael A. (2004). "A Study of Organizational Image Resulting from International Joint Ventures in Transitional Economies", *Journal of Business Research*, 57, 1370-1377.
29. VAN RIEL Cees B.M. (1995). *Principles of Corporate Communication*, London: Prentice Hall.
30. ZHANG Juyan, BENOIT William L. (2004). "Message Strategies of Saudi Arabia's Image Restoration Campaign after 9/11", *Public Relations Review*, 30 (2), 161-167.
31. KOUBAA Yamen, (2008). "Country of origin, brand image perception, and brand image structure", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.20, Iss 2, 139-155.
32. YASIN Norjaya Mohd, NOOR Mohd Nasser, MOHAMAD Osman, (2007). "Does image of country-of-origin matter to brand equity", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16, Iss 1, 38 -48.
33. WANG Cheng Lu, LI Dongjin, BARNES Bradley R., AHN Jongseok, (2012). "Country image, product image and consumer purchase intention: Evidence from an emerging economy", *International Business Review*, 21, 1041-1051.

### Okay A.

#### Country Image of Kazakhstan in Turkey

**Abstract.** An individual, organization, brand or nation seeks to presents itself to its publics positively or through an appropriate image. To do so, it takes a series of short or long-run actions deliberately or involuntarily. Actions taken by them whether intentionally or in the short/long run, are intended to make room for themselves in top of minds that help such actions be positioned with an intended "thing". This positioning occurs following an event or action or a series of actions. Classified in minds as good or bad, positive or negative, of good quality or poor quality, it forms ultimately the "image" after being composed of a total of all attitudes and ideas related to such "thing". Today, image emerges to be an important concept which shape interpersonal and inter-country relations. The nation image is the sum of all efforts made by all entities of such nation. Sometimes a product is in the forefront while an individual or executive is highlighted. Using a factor and correlation analysis, this research is intended to reveal how a sample of Turkish citizens perceives Kazakhstan and Kazakh people, and which factors and emotional constituents dominate such perception.

**Key words:** image, country image, Kazakhstan, Turkey.

УДК 329:352.07:364.467

Романенко Е.А.

### **Особенности коммуникативной политики государства в контексте усиления общественного развития**

Основную управленческую функцию в социальной системе выполняет государство, через свою систему государственно-го управления, которая непосредственно включена в структуру общества и социальную жизнь. По своей сути, государственное управление является институтом, который возникает из потребностей самого общества как сложной саморегулирующейся системы и сопровождает всю историю развития общества. Каждому типу социальной организации, каждому конкретно-историческому обществу присущи свое содержание, свои специфические процессы, формы и методы управления.

Неоценимую роль в государственном управлении играют информационно-коммуникативные процессы. По сути само управление – это не что иное, как осуществление целенаправленных коммуникативных контактов людей, которые обмениваются и потребляют определенную информацию. В этом контексте можно говорить, что имеющиеся и будущие способы создания общественных благ и качество методов управления социумом самым радикальным образом зависит и будет зависеть от информационно-коммуникативных связей. Ведь внедрение новейших информационно-коммуникативных технологий будет побуждать уменьшению промежуточных институтов в макрорегулирования общественных отношений, значительному расширению автономности региональных и местных уровней управления, повышению динамизма в вертикальных и горизонтальных структурах власти, а также активизации процессов демократических преобразований в государственно-административной сфере. Все это позволяет рассматривать информационно-коммуникативные связи как одну из важнейших предпосылок и ресурс функционирования и развития системы государственного (публичного) управления. На принципиально важную роль информационно-коммуникативных связей в системе государственного

управления обращается внимание в работе российских ученых Г.Л. Купряшина и О.И. Соловьева, характеризующих их «как сложную социотехническую структуру, связывает воедино все элементы системы управления и обеспечивает выполнение всех основных функций: планирования, организации, мотивации, контроля и др. «[1, с. 56]. То есть, по их мнению, информационно-коммуникативные связи представляют собой ту соединительную ткань, которая интегрирует в единое целое все уровни и компоненты макросоциального управления, укрепляя анти-энтропийные свойства государства, которые предоставляют ей способность к самоорганизации и саморазвитию.

Таким образом, можно говорить, что государственная коммуникация является основным элементом коммуникативной сети в обществе с одной стороны, а с другой она выступает регулирующим и координирующим механизмом в отношениях государства и общества, обеспечивая стабильность и эффективность функционирования общественного организма в целом и поэтому она призвана выполнять следующий ряд функций:

- консервативную, направленную на сохранение статус-кво государственной системы, способствует стабильному существованию социального организма;
- координирующую, что обеспечивает координацию властных воздействий субъекта управления в соответствии с параметрами объекта;
- интегрирующую, связанную с осуществлением такой государственной политики, которая бы учитывала интересы всех элементов общественной системы, способствовала выработке и принятию согласованных управленческих решений;
- мобилизационную, направленную на обеспечение легитимности существующего общественного порядка, получение поддержки и одобрения общества по поводу принимаемых управленческих решений;
- социализирующую, связанную с усвоением в процессе информационного обмена социально-политических норм, ценностей и традиций государства, повышением уровня политико-управленческой компетентности граждан.

Несмотря на все трудности процесса формирования, сегодня система публичного управления Украины в новой политической

модели выступает как организационное начало целенаправленной деятельности людей, их коллективов, и в конечном смысле общества в целом. По отношению к последнему она представляет собой политико-управляющую структуру, а ее управленческая деятельность приобретает политико-правовой характер жизни общества. Г.В.Атаманчук, в частности, определяет государственное управление как практическое, организующее и регулирующее воздействие государства на общественную жизнедеятельность людей в целях ее упорядочения, защиты или перестройки, опираясь на властную силу [2, с. 38]. В учебном пособии «Государственное управление в Украине: научные, правовые, кадровые и организационные основы» государственное управление определено как деятельность органов учреждений всех ветвей государственной власти (законодательной, исполнительной, судебной) по выработке и осуществлению регулирующих, организующих и координирующих воздействий на все сферы общества с целью удовлетворения его потребностей [3, с. 13].

Следует также отметить, что, по мнению авторов монографии «Государственное управление: проблемы административно – правовой теории и практики», – «в демократическом государстве функции и полномочия исполнительной власти могут реализовываться не только исключительно субъектами государственной власти, но и негосударственными субъектами. В частности, эти функции и полномочия:

- могут быть делегированы государством органам местного самоуправления;

- могут быть делегированы государством некоторым другим негосударственным институтам (например, отдельным общественным организациям)» [4, с.16].

То есть, в круг субъектов информационно-коммуникативных влияний и связей государственного управления, как указано далее в монографии, относятся, с одной стороны, органы исполнительной власти, государственные органы других ветвей власти, органы местных государственных администраций, а с другой – все другие субъекты права. Такими субъектами права могут выступать индивидуальные и коллективные, физические и юридические лица, предприятия, учреждения, организации, объединения граждан и т.д. [4, с. 22].



Обмен информацией между указанными субъектами государственного управления можно представить в виде определенных информационно-коммуникативных подсистем. В целом, Л. Купряшин и О.И. Соловьев под информационно-коммуникативной системой (подсистемой) понимают «такую совокупность связанных воедино управленческими целями или функциями структур и отношений, организуют устойчивые потоки обмена сообщениями и поддерживают средства общения между людьми» [1, с. 57]. Такие подсистемы, по их мнению могут формироваться на основе самых информационных потоков и сопутствующих им межсубъектных коммуникаций. Они поддерживают не только функциональные, но и чисто человеческие отношения субъектов, то есть удовлетворяют потребности последних как в служебном, так и в межличностном общении. В целом же, как дальше отмечают вышеназванные авторы, «в управлении государством могут быть задействованы различные виды вертикальной (сверху вниз и снизу вверх) и горизонтальной, прямой и обратной, внутренней и внешней, актуальной и прогностической, фиксированной и нефиксированной, исходной, промежуточной и конечной, а также другие типы коммуникации» [1, с. 57].

Также коммуникативную сеть государственного управления можно представить в виде двух наиболее общих информационно-коммуникативных подсистем. Одна из них характеризует внутренние связи и механизмы управления, которые непосредственно испытывают влияние и вызовы внешней среды с помощью которых государство решает информационно-коммуникативные задачи, связанные с важнейшими для него функциями, а именно – сбором информации по актуальным проблемам, принятием решений, распределением ресурсов, обязанностей и ответственности за выполнение решения и контроль. Вторая раскрывает ту сферу управленческих связей, где информация, с одной стороны, в виде решений поступает на внешний информационный рынок, то есть пытается осуществить то или иное воздействие на общественные отношения и сознание граждан, с другой – информационное воздействие на деятельность других субъектов – государственных органов власти, которые не входят в систему государственного управления.

Именно такой подход для нас наиболее привлекательный, ведь он позволяет в дальнейшем анализе в подсистеме внешней коммуникации обнаружить место, роль и содержание гражданской коммуникации как одного из важных ресурсов демократизации государственного (публичного) управления.

Итак, вся совокупность внутренних и внешних связей системы государственного управления образуют основу коммуникативной сети, «которая проявляется:

1) в рамках деятельности органов исполнительной власти, а именно:

- в ходе реализации их полномочий по управлению объектов внешней общественной (экономической, социальной и др.) среды;

- в ходе выполнения местными государственными администрациями полномочий органов местного самоуправления, делегированных соответствующими местными советами, при том, что собственно исполнительной власти эти полномочия изначально не принадлежат;

- в ходе руководства высшими органами исполнительной власти деятельностью нижестоящих органов;

- в ходе руководства работой государственных служащих внутри аппарата каждого органа исполнительной власти;

2) за пределами деятельности органов исполнительной власти, а именно:

- внутри аппаратов любых других (кроме органов исполнительной власти) органов государственной власти – со стороны их руководителей на **подчиненных (например, в аппаратах парламента, судов, органов прокуратуры и т.д.)**;

- внутри государственных предприятий, учреждений и организаций – со стороны их администраций по отношению к остальному персоналу; – со стороны тех или иных уполномоченных государством субъектов в процессе управления государственными корпоративными правами; – со стороны различных совещательно-консультативных органов, создаваемых государственными органами (например, Президентом Украины), в части выполнения предоставленных им организационно-распорядительных полномочий в отношении других органов, должностных лиц» [4, с. 15].

Все это означает, что система государственного управления имеет сложное строение и нелинейный тип связи между ее элементами, бесспорно требует стабилизации и упорядочения их взаимодействия. Ведь известно, что одним из важных принципов функционирования любой системы является ее зависимость от эффективности связей между внутренними элементами и внешней средой. Такая эффективность, в свою очередь, определяется выбранной государством стратегией и тактикой поведения на информационном рынке. В качестве основных Г.Л. Купряшин и О.И.Соловьев сформулировали «следующие стратегические установки, призванные направлять деятельность всех органов и подразделений управления:

- инициация массовой поддержки населением поставленных государством целей и мобилизация широких социальных слоев населения на их реализацию (стратегия «побуждение»);

- информирование общества о собственной позиции, принятого по тому или иному вопросу решения, но без активизации усилий по его реализации (стратегия «поддержки коммуникации с общественностью»);

- распространение указаний подчиненным низовым структурам и органам управления для реализации решений, носящих служебный характер («ролевая» стратегия);

- контроль за реализацией принятых и уже осуществляемых решений (стратегия «контроля»);

- координация активности государственных, политических и общественных организаций и объединений при обсуждении тех или иных социальных проблем (стратегия «поддержания баланса сил»);

- создание положительного имиджа политического режима и типа правления, и, соответственно, критика оппозиции (стратегия «конструирования имиджа»);

- отвлечение общественного мнения от обсуждения невыгодных режиму социальных проблем («отвлекающая стратегия») [1, с. 62-63].

Существенную роль при выборе и реализации информационных стратегий играют технические средства, находящиеся в распоряжении государства. Но на практике выбор государственной информационной стратегии, даже при наличии электронных

средств связи, в большей степени зависит от характера политического режима и господствующих методов государственного управления.

#### Литература

1. Купряшин Г. Л. Теория и механизмы современного государственного управления / Г. Л. Купряшин, А. И. Соловьев; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М.: Унив. гуманитар. лицей, 2013. – 642 с.
2. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. Курс лекций/ Г.В. Атаманчук. – М.: Юрид. Лит., 1997. – 400 с.
3. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади: навч. посіб. / за заг.ред. Н.Р.Нижник та В.М.Олуйка. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту „Львівська політехніка”, 2002. – 352 с.
4. Державне управління: проблеми адміністративно-правової теорії та практики / за заг. ред. В.Б. Авер'янова – К.: Факт, 2003. – 384 с.

**Романенко Е.А.**

#### **Особенности коммуникативной политики государства в контексте усиления общественного развития**

**Аннотация.** В работе идентифицирована коммуникативная политика государства как инструмент взаимодействия органов государственной власти и общественности. Показаны функции, которые должна выполнять государственная коммуникация, функции и полномочия исполнительной власти, которые могут реализовываться не только исключительно субъектами государственной власти, но и негосударственными субъектами. Сделан вывод, что система государственного управления имеет сложное строение и нелинейный тип связи между ее элементами, бесспорно, требует стабилизации и упорядочения их взаимодействия. Показаны стратегические установки, призванные направлять деятельность всех органов и подразделений управления.

**Ключевые слова:** коммуникативная политика государства, функции и полномочия исполнительной власти, информационно-коммуникативная система, коммуникативная сеть, информационные стратегии.

**Романенко Е.А.**

#### **Publicity in the context of the communicative politics of the state in the context of social development**

**Absattract.** In the workshop, the communicative politics of the state is identified as an instrument of interconnection between the organs of state power and the society. The functions of the state, which must be utilized by the state communications, the functions and competences of the executive power, are purely exceptionally exemplary subjects of the state, but not by the state entities. The essence is that the system of state governance has a strong structure and an unrelated type of communication between its elements, it is unnecessary, requires the stabilization and regulation of its own interconnection. Show the strategic options, give all the necessary information to all organs and subcontractors.

**Key words:** communicative politics of the state, function and full functionality, informational-communicative system, communicative network, informational strategies.

**Романенко Е.А.**

**Әлеуметтік дамуды күшейту контекстінде мемлекеттік коммуникативтік саясаттың ерекшеліктері**

**Аңдатпа.** Мемлекеттің коммуникативтік саясаты мемлекеттік органдар мен жұртшылық арасындағы өзара әрекеттесу құралы ретінде анықталады. Мемлекеттік билік субъектілері ғана емес, сондай-ақ мемлекеттік емес субъектілер жүзеге асыра алатын атқарушы биліктің функциялары мен өкілеттіктері туралы хабардар етеді. Мемлекеттік басқару жүйесі күрделі құрылымға ие және оның элементтері арасындағы сызықтық емес байланыс түрі, сөзсіз, тұрақтандыруды және олардың өзара әрекеттесуін талап етеді. Барлық органдардың және басқару құрылымдарының қызметін басқаруға арналған стратегиялық қондырғылар көрсетілген.

**Түйін сөздер:** мемлекеттің коммуникативтік саясаты, атқарушы биліктің функциялары мен өкілеттіктері, ақпараттық-коммуникациялық жүйе, байланыс желісі, ақпараттық стратегиялар.

Шорохов Д.П.

**Некоторые религиозные аспекты гендерного равенства  
в казахстанском информационном дискурсе  
через призму медийной и информационной грамотности**

Вопрос гендерного равенства является одним из ключевых в системе медийной и информационной грамотности (МИГ). Ему уделяют внимание на всех уровнях. Этим занимается специализированная структура Организации Объединенных наций «ООН-женщины», соединившая в себе четыре подразделения: Фонд ООН для развития в интересах женщин (ЮНИФЕМ), Отдел по улучшению положения женщин (ОУПЖ), Канцелярию Специального советника по гендерным вопросам и улучшению положения женщин и Международный научно-исследовательский и учебный институт ООН по улучшению положения женщин (МУНИУЖ). И ЮНЕСКО, которое всегда акцентирует важность данной тематики в продвижении МИГ. И главы государств – гендерное равенство обсуждалось на последнем Саммите G7 в Канаде. И представители шоу-бизнеса – движение «#MeToo». И рядовые граждане – массовые марши феминисток... В общем, вопрос в тренде.

Средства массовой информации и социальные медиа систематически активно поднимают и обсуждают разнообразные аспекты этой темы. Иногда они выступают ретрансляторами прогрессивных, рациональных и резонных идей. Иногда – тиражируют гендерные стереотипы и сексизмы. В 2014 году в сборнике «PR и СМИ в Казахстане» мы пробовали разобраться в природе данного явления (ст. «Аксиологические аспекты гендерного дискурса: перспективы и угрозы»). В данной статье мы продолжим исследование этого вопроса, сделав акцент на религиозном аспекте гендерной проблематики в казахстанском информационном дискурсе.

Концептуальный подход МИГ не предполагает системного набора правильных ответов по тому или иному вопросу – будь то гендерная тематика или религиозная. Здесь все базируется пре-

жде всего на принципе критического мышления. Нас в данном случае не столько интересует, что говорят богословы по поводу гендерного равенства в кулуарных спорах или своих теологических диспутах, сколько то, что попадает из этого в средства массовой информации и как это тиражируется в общественном сознании. Отправной точкой для нашего анализа при любом раскладе становится система гуманистических ценностей.

Можно верить во все что угодно, в кого угодно, но лишь до тех пор, пока в результате этого не возникает негативного влияния на окружающих людей. Здесь важно помнить, что по целому ряду вопросов у человечества априори не может быть единой точки зрения. Особенно это касается религиозных и гендерных вопросов. Поэтому, когда читатель, зритель или слушатель сталкивается с информационным посылом, который несет СМИ, он должен всегда помнить, что, во-первых, то что передает СМИ не обязательно является правдой в конечной инстанции. Во-вторых, что любое новомодное веяние и течение, в том числе в идеологической сфере – необязательно является правильным, или неправильным. И наконец, третье, не все традиционное – всегда пережиток и мракобесие.

Говоря о гендерном равенстве в религиозном контексте сразу же необходимо начать с того, что в целом в подавляющем большинстве религиозных концепций традиционно преобладала и продолжает преобладать патриархальная точка зрения. Так сложилось исторически, что женщинам отводилась второстепенная роль, их социальный статус был значительно ниже мужского. Дорога по иерархической лестнице тоже была весьма короткой. И хотя известен исторический анекдот о Папессе Иоанне, достоверность его все-таки откровенно спорна, да и даже если предположить, что Папа Иоанн VIII действительно не был мужчиной, то это всего лишь исключение, крамольный курьез. Реальное рукоположение женщин началось совсем недавно, да и то не все церкви поддержали это начинание. И стало это возможным лишь благодаря серьезным изменениям в системе общечеловеческих ценностных ориентиров. В Британии новость о Преподобной Либби Лейн, первой ставшей епископом Стокпорта, появилась в СМИ в январе 2015 года. [1] Одна из древнейших – Армянская апостольская церковь, лишь в январе этого года впервые рукопо-

ложила женщин в сан диакона. Как сообщает портал «Armtimes» произошло это в соборе Св. Саркиса в Тегеране [2].

Конечно, рассматривая церковную антропологию можно найти достаточно авторитетов, которые поддерживали гендерное равенство и в былые времена. Например, Святой Василий Быт 1: 27-28 и Гал 3: 27-28. «Женщина, равно как и мужчина, удостоена чести быть созданной по образу и подобию Божьему. Обе природы, мужская и женская, имеют одинаковое достоинство». Или вот еще Григорий Богослов, провозглашает: «Один Создатель у мужчины и у женщины, одна глина, один образ, одна смерть, одно воскресение» (Слово, 37:6) [3]. Даже в самом Писании, в послании к Галатам говорится о равных правах на спасение абсолютно для всех вне зависимости от нации, статуса или гендера: «все вы облеклись в Христа. И нет уже ни еврея, ни язычника; ни раба, ни свободного; ни мужчины, ни женщины – вы все одно существо в единении с Христом Иисусом» (Галатам 3:26-28).

Однако звучали подобные мысли прежде крайне тихо и по правде сказать, попросту тонули в громогласном рефрене апостола Павла «А жена да боится своего мужа» (Ефес. 5:33). С патриархальных позиций цитата трактовалась крайне радикально – за непослушанием в реальной жизни следовала суровая физическая расправа. Впрочем, необходимо признать, что уровень бытового насилия (а это тема достойна отдельного изучения) являлся скорее продолжением или следствием общего бытового уклада, царившей в прежние времена системы ценностей. Вспомним народные поговорки и пословицы: «Бьет – значит любит», «Бей жену в младости, покой будет при старости» и «Бей жен к обеде, к ужину опять, чтобы щи были горячи, каша маслена». Все это не имеет отношения к религиозным установкам. Даже пресловутый «Домострой», который также не является религиозным трактатом, по данному вопросу давал довольно деликатные рекомендации.

Сегодня тональность изменилась и позиция церкви по данному вопросу сформулирована четко и ясно. Посмотрим, как ее излагает священник Афанасий Гумеров на сайте Православие.ру.

«Словом убоится переводчик Послания св. ап. Павла к Ефесянам на славянский язык передал греч. *phobitai*, которое имеет несколько смыслов, в том числе – чтить, уважать, заботиться. Слав.



глагол «бояться» также содержит эти значения. Апостол, несомненно, имел ввиду этот смысл. В этом легко убедиться, если прочитать стих полностью: «Так каждый из вас да любит свою жену, как самого себя; а жена да боится своего мужа»(5.33) Мужу заповедано любить жену как самого себя. Такая любовь исключает отношения господства и страха. Мы еще больше утвердимся в таком понимании, если внимательно прочтем всю пятую главу и последние стихи предшествующей: «И не оскорбляйте Святаго Духа Божия, Которым вы запечатлены в день искупления. Всякое раздражение и ярость, и гнев, и крик, и злоречие со всякою злобою да будут удалены от вас; но будьте друг ко другу добры, сострадательны, прощайте друг друга, как и Бог во Христе простил вас» (4.30-32). С 23 стиха 5 гл. апостол говорит о том, что христианский брак строится в образ отношений между Христом и Церковью: «Мужья, любите своих жен, как и Христос возлюбил Церковь и предал Себя за нее» (5.25)». [4]

Звучит вполне современно, как и ответ на вопрос «Поддерживает ли Бог гендерную дискриминацию?», который дает сайт «Got questions»: «Библия не поддерживает сексизм в своем точном изображении результатов греха в мужчинах и женщинах. В Новом Завете «Ягненок, который унесет грех мира», родился, умер, был погребен и воскрес, а затем снова вознесся на небеса, чтобы ходатайствовать за нас. Именно через веру в Него мы находим средство от греха, включая грех сексизма». [5] Современная клерикальная интерпретация преподносится в иной тональности, чем это было в Темные века, когда женщина считалась корнем всех зол, дьявольским соблазном и источником нечисти. Да изменения в церковном укладе происходят, они, безусловно, учитывают гендерный вопрос. Но в то же время обольщаться по этому поводу пока еще рано. Все-таки религиозная мировоззренческая система – это продукт многовекового патриархального господства. Насколько хорошо это или плохо – мнение расходится. Есть вещи, от которых безусловно следует отказываться, а сеть то, что заслуживает серьезных дискуссий.

В Исламской умме тоже происходят определенные позитивные изменения. Здесь, конечно, патриархальный уклад выражен более рельефно. Однако, богословы всячески подчеркивают, что отношения между мужчинами и женщинами должны строиться

на взаимном уважении. Хорошим примером в данном случае служит статья, размещенную на портале «Закон.kz» – «В Казахстане бить жену нельзя, даже если это разрешает Коран» [6].

Надо сразу сказать, что заголовок изначально является провокационным. Богослов Шамиль Аляутдинов всячески пытается дать понять, что рукоприкладство – вещь нехорошая. Он приводит по этому поводу высказывание Пророка Мухаммада, который говорил: “Лучшие из вас (мусульмане) не бьют своих жен”. Обращается к каноническим трактовкам мусульманских богословов, которые признавали такой род воспитательного воздействия – нежелательным. Говорит о том, что бить по лицу – категорически запрещено и т.д. В общем складывается впечатление, что речь идет скорее о крайнем допущении, чем о реальном разрешении.

Вообще тема бытового насилия стоит особняком. О ней мы поговорим в другой раз, тем более что Казахстан серьезно всколыхнула история Баян Есентаевой. Кейс, который заслуживает отдельного внимания. Сейчас же мы говорим об информационных мэседжах, которые формируют мировоззренческие основы аудитории в контексте медийной информационной грамотности.

В данном случае важно понимать, что СМИ, интернет и социальные медиа транслируют как позитивные, так и негативные установки. И здесь ни в коем случае нельзя огульно охаивая утверждать, что, например, любая религиозная конфессия изначально справедливо трактует вопросы гендерного равенства. Это будет неправильно. Как в христианском, так и в мусульманском богословии есть примеры прогрессивного толкования гендерных взаимоотношений. А есть, к сожалению, откровенно ретроградные.

Для сравнения мы предлагаем вам прочитать как «Отношение мужа к жене в Исламе» трактует Мухаммад Мусаев преподаватель ДИУ на сайте «Islam.kz» [7].

Начнем сразу с того, что Мусаев без обиняков констатирует – женщины в девять раз глупее мужчин. Откуда такая статистика, мы не знаем, но проповедник уверен в этом на все сто. И все последующее его выступление строится на фундаменте этого заявления. Отсюда и патрональное отношение к женщинам – практически как к неразумным детям. И совет – выслушать женщину

и сделать наоборот. И вполне лояльное отношение к физическим наказаниям.

Примерно в аналогичном русле мыслит Фатима Насибова. Ссылки на ее выступления вложены на сайте «Алтынорда» [8]. В этих проповедях для девушек Фатима, рассуждая о женской покорности, заходит действительно далеко [9].

Здесь мы находим много чего интересного. Например, предложение смахивать лицом пыль с ног мужа. Или вообще шокирующая фраза Насибовой: «если жена мужу кровь и гной из носа языком почистила, то она мало что сделала» (на 2 минуте видео <https://youtu.be/XzPoPjSGY5I>). Такого рода повинование можно назвать скотским. Здесь вообще не видно даже намек на человеческие отношения. В другом видео Насибова (на 17 минуте <https://youtu.be/ММhKiv9Y5-A>) рассказывает о жене умершего мужчины, который всю жизнь издевался над своей избранницей, да причем так, что просто ужас. И вот эта супруга в день поминовения говорит проповеднице, что несмотря на то, что муж был тираном, она только теперь поняла, что хочет, чтобы он был с ней рядом, потому что без мужчин женщины беспомощны. Ради чего подобное терпеть, спросите вы? Ответ прост – таким образом открывается дорога в рай.

Насчет того, каким образом попадают люди в рай, мы рассуждать не уполномочены, но то что подобные модели поведения вряд ли можно назвать гуманными – это точно.

По сути выступление Насибовой является классическим примером «внутреннего сексизма», то есть проявления сексизма со стороны женщин к женщинам, например, когда они отстаивают религиозные убеждения или оправдывают патриархальные издержки социальных взаимоотношений. Подобный метод распространения гендерных стереотипов действует гораздо эффективнее. Важно понимать, что мнение человека складывается в зависимости не только от того, что он думает сам по тому или иному поводу, но еще и от того, что думают и высказывают по этому поводу другие люди, а тем более люди близкие по гендерно-социальным признакам. Здесь деление на «свой» – «чужой» играет не последнюю роль. Одно дело, когда новые взгляды озвучивает представитель противоположного лагеря – это всегда будет вызывать некоторую скептическую реакцию. И совсем иная си-

туация, если апологетика звучит из уст «своего». В щепетильных, неоднозначных вопросах женщина будет больше доверять мнению женщины, чем мужчины.

Позиции религиозных деятелей отличаются друг от друга. В некоторых случаях они толерантны в гендерном плане, в других – их подходы весьма радикальны, и мы находим целый ряд проблемных зон. Например, вышеприведенное высказывание о том, что женщины в девять раз глупее мужчин трудно даже назвать «доброжелательным сексизмом». Это прямого рода оскорбление без намека на долю какого бы то ни было хотя бы показного, формального уважения.

Впрочем, подобного рода высказывания обычно характерны для любых радикалов – будь то религиозные, политические, либо даже феминистические. На одном из выступлений на Радиоточке президент ОО «Феминисткой лиги» безо всяких обиняков заявила, что по результатам социологического исследования 90% казахстанских мужчин являются «лежебоками». То же своего рода оскорбление.

Отстаивая собственную позицию, никогда не следует впадать в крайности, тем более что по многим вопросам достаточно сложно найти абсолютно правильный однозначный ответ.

В заключении остается один из самых сложных вопросов относительно того, кто должен быть главой в семье и должен ли быть вообще глава? Христиане и мусульмане в данном случае единодушны. Феминистические организации придерживаются диаметрально противоположенных взглядов. Находятся и такие, которые говорят, что никакого главы вообще быть не должно. Кто прав? В этом вопросе однозначного ответа нет и быть не может. Семья – это то же самое государство в миниатюре. Представить государство без органа управления невозможно. Во главе любой страны кто-нибудь да стоит – либо мужчина, либо женщина. Причем как в первом, так и во втором случае результаты могут быть одинаково удачными или откровенно плачевными. То же самое и в семейных отношениях. Если поискать, безусловно найдутся удачные примеры семей, где все держится на женах. И неудачные примеры, где супруга безропотно подчинена воле мужа, а счастливыми эти отношения не назовешь. Но всегда кто-то должен лидировать, то есть принимать решения в ответственно-

ный момент. На наш взгляд разговоры о стопроцентном паритете, о схеме, где нет ведущего и ведомого – это либо утопия, либо манипулятивная фикция. В природе пока такого не существует. В любом коллективе, в любой организации, компании, всегда есть лидер. Без которого коллектив разваливается.

Поэтому если в контексте религиозного учения говорится об уважительном отношении мужчин и женщин при соизмеримом распределении прав и обязанностей между супругами, то это не противоречит гендерному равенству. И здесь нет никакой разницы между вероисповеданиями будь то мусульманство или христианство.

Рассматривая религиозные аспекты гендерного равенства в медийной среде через призму медийной и информационной грамотности следует сказать, что аудитория всегда будет сталкиваться с образцами крайних точек зрения, порой диаметрально противоположенных, и единственный способ ориентироваться в данной ситуации – это критически осмысливать содержание п послы мээсджей, ставя себя на место того, чьи права хоть в чем-то ущемляются. Однако также нужно помнить и о преимуществах, которые выпадают на долю той или иной стороны. В Казахстане, например, уровень продолжительности жизни женщин – значительно выше, чем мужчин. То же самое касается и уровня образованности. И это, наверное, о чем-то да говорит.

Стоит ли возвращаться в дикое средневековье? Однозначно, нет. Но и полностью отрицать зарекомендовавшие себя с положительной стороны за многовековую историю религиозные и национальные традиции тоже не стоит. Мы видим серьезные демографические проблемы в благополучных западных обществах. Система тотального гендерного паритета и феминистического радикализма приводит к поздним бракам и высокому уровню разводов среди молодежи. А для Казахстана с его огромными территориями – это серьезные вызовы.

#### Литература

1. [https://www.bbc.com/russian/uk/2015/01/150126\\_first\\_female\\_bishop\\_england](https://www.bbc.com/russian/uk/2015/01/150126_first_female_bishop_england)
2. <http://armtimes.com/ru/article/128553>
3. [https://azbyka.ru/otechnik/Grigoriј\\_Bogoslov/slovo/37](https://azbyka.ru/otechnik/Grigoriј_Bogoslov/slovo/37)(Григорий Богослов. Слово 37)

4. <http://pravoslavie.ru/6461.html>
5. <https://www.gotquestions.org/Russian/Russian-God-sexist.html>
6. Нурсейтова Т. В Казахстане бить жену нельзя, даже если это разрешает Коран // <https://www.zakon.kz/4589054-v-kazakhstane-bit-zhenu-nelzja-dazhe.html>
7. Мусаев М. Отношение мужа к жене в Исламе // <http://islam.kz/ru/articles/islam-i-semya/otnoshenie-muja-k-jene-v-islame-174/#gsc.tab=0>
8. <https://www.altyn-orda.kz/vnutrennij-seksizm-islamskogo-obshhestva-porazhaet>
9. «<https://youtu.be/XzPoPjSGY5I> (Насибова Ф. Какой должна быть жена?)»

*Работа выполнена 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.*

## Глава II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Адилова Л.Ф.

### Правда становится первой жертвой войны

В Севастополе на берегу Черного моря прошел XIV Севастопольский международный кинофестиваль документальных фильмов «Победим вместе» – главный евразийский кинопросмотр. На площадках кинофестиваля прошла международная научно-практическая конференция «Документальное кино в контексте актуальной истории» при поддержке РГГУ. В связи с тем, что это 73-летие Победы, наша страна встретила в условиях жесткого геополитического, экономического, идеологического давления, составной частью которого стали попытки мировоззренческого перереформатирования истории и победы в Великой Отечественной войне. Квазилиберальная доктрина, постулирующая сущностное единство советского строя и нацистского режима фактически стала официальной доктриной ряда государств ЕС и США.

Таким образом идеологическое полотно оказалось поделено на два полюса: на одном – нацистская Германия и СССР, на другом – западные демократии, «победители мирового Зла». К сожалению, неизбежно наступит время, когда уйдут поколения – живые носители исторической памяти, для которых война была частью их жизни. Для молодежи война является только прошлым. И это обстоятельство открывает новые возможности для переписывания истории в угоду геополитической конъюнктуре. Оно делает общество потенциально более уязвимым к информационной агрессии и выверенным идеологическим интервенциям, размах которых неуклонно возрастает.

В современных западных СМИ, да и в некоторых западных исследованиях подвиг народа минимизируется, этот пласт истории замалчивается, создается искаженный образ России, к ней привязываются «ярлыки» как «тиранической», «отсталой» и «агрессивной» страны. Такой имидж России помогает закрепить искаженные исторические факты о итогах ВОВ, которые активно

обсуждаются на Западе. В работе конференции приняли участие видные российские и казахские исследователи, ученые, которые выступили с содержательными докладами об истинных причинах поражения Германии, духовно нравственном смысле победы в повестке современной идеологической ситуации. В период информационной войны и пересмотра итогов Второй мировой войны, влияние отечественного документального кино приобретает важную и ответственную роль в воспитании у молодежи патриотизма и поддержании исторической памяти. Особенно интересным было выступление доктора исторических наук, профессора, директора центра ЮНЕСКО, КазГУ им. аль-Фараби Ахметовой Л.С., которая считает, что зарубежное кино искажает и ложно интерпретирует исторические факты. Хотя и в российском кино не всегда адекватно представлена битва за историческую правду Победы в Великой Отечественной Войне. Новые фильмы стараются подстраиваться под современные тенденции и вкусы молодежи, добавляя в свои сюжеты больше документалистики. И это работает, так как интерес молодежи к этой теме возрастает, а следовательно укрепляется историческая правда. Большой интерес вызвало выступление доктора социологических наук, декана социологического факультета РГГУ Вдовиченко Л.Н., которая предложила новые подходы к осмыслению гибридной войны, которая отметила, что политика в области информации все больше становится частью стратегии гибридной войны, в которой границы между ложью и истиной размыты, а информация становится дезинформацией. СМИ превратились из источника информации в рупор суждений. Они интерпретируют события и отгораживают общественность от неудобной правды. Информационное воздействие превращается в оружие, с помощью которого происходит идеологическая обработка, мобилизация на войну.

Ведется массированная антироссийская пропаганда. Широко задействованы информационные выбросы, провокации, дезинформация. Информационное воздействие содержит искажение фактов, навязывает выгодное эмоциональное восприятие. Человеку необходима стройная система координат – он не может жить в неопределенности. СМИ и кинематограф создают цельную картинку мира, объясняют все события, не выходя за ее рамки.



Большой интерес у участников конференции вызвал блок вопросов постижения образов страны через документальное кино. «Большой проект» реконструкции мира после поражения Советского Союза, в первой холодной войне достиг своего рубежа. Были испробованы как методы «цветных революций», так и различные варианты информационно-политического влияния. Образ страны является инструментом продвижения национальных интересов. США пытается представить Россию «абсолютным злом», чтобы получить возможность сделать санкции против нее тотальными, отметили участники конференции. Представленный к обсуждению доклад доктора политических наук, проф. Зорина В.Ю. «Документальное кино и битва народов против нацизма» позволил обсудить современную геополитическую ситуацию, практические последствия взятого Западом курса на разрушение существующего миропорядка.

Подводя итоги конференции, В.Д. Рузин – президент ЕАТР, к.ф.н. отметил, что реальность стала балансировать на грани катастрофы, поэтому так актуальны фестивали и форумы «Победители власти», где представляется возможность не только представить к просмотру и обсуждению лучшие работы кинематографистов, но и обсудить возможности инструментов реализации личного воздействия на информационные потоки, ориентированные не только на внутреннюю, но и зарубежную аудиторию.

УДК 316.77:001.12/.18; 070:001.12/.18

Ахметова Л.С.

### Медиаобразование в Казахстане: современный период

С каждым годом растет количество публикаций в Казахстане по медиаграмотности и медиаобразования от публицистических до научных тем, увеличивается также количество людей, не только осознающих эту проблему, но и начинающих ее изучать с разных точек зрения. Безусловно о прогрессе говорить мы пока не можем. Однако определенный круг лиц уже знаком с темой [1]. Все это – привлекает интерес и внимание к данной проблеме.

Увеличивается количество конференций, семинаров, форумов и круглых столов, в повестке дня которых обозначена эта тема. Однако количество не означает качества. Конечно, количество рано или поздно перерастет в качество. Однако зачастую на это требуется десятилетия. Мы таким временем не располагаем. Объем информации растет уже поминутно, мы не говорим даже о днях и часах, а это обозначает, если мы будем и также продолжать только работать на количество или на разговоры о том, что необходимо, нас просто отбросят на обочину большой магистрали, именуемой международным сообществом. Да и сегодня мы, увы, находимся вдали от тех стран, кто начал процесс, и идет по этому пути не один десяток лет. Мы лишь раскочиваемся: надо – не надо.

Если сравнивать с центрально-азиатскими странами мы впереди, если говорить о других странах – мы во второй половине стран. Рейтинга здесь нет, но скорее всего он появится в любую минуту.

Все лучше работает **e-gov правительство**, все больше материалов и документов переводятся на электронный формат во всех государственных [2] и бизнес-структурах. А большинство общественных организаций уже более пятнадцати лет активно работают в интернет-пространстве. И даже прошедшая в мае 2018 г. информация о подключении США для своего решения проблемы снижения влияния России, говорит о тех же проблемах и пути их решения [3].

Итак, сначала определимся с понятиями: грамотность и образование с добавлением медиа. Понятное дело, грамотность, это первый этап, азы изучаемого предмета, а уже под образованием понимается более углубленное, расширенное образование в области медиа.

Википедия определяет:

Гра́мотность – степень владения человеком навыками письма и чтения на родном языке. Традиционно под словом «грамотный» подразумевают человека, умеющего читать и писать, или только читать на каком-либо языке. В современном смысле это означает способность писать согласно установленным нормам...

Образова́ние – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции. В широком смысле слова, образование – процесс или продукт «формирования ума, характера и физических способностей... [4]

В последнее время ряд исследователей в Казахстане стал использовать понятие медиаобразование в контексте журналистского образования в стране [5].

Думается, назрела необходимость разделить эти понятия.

Журналистское образование – система подготовки литературных сотрудников газет, журналов, радиовещания и телевидения, а также редакторов массовой литературы [6]. Сегодня к ним можно добавить – работники интернет-пространства (в разных вариациях согласно законов разных стран).

Профессорско-преподавательскому составу кафедр и факультетов журналистики страны следует изучать международные стандарты журналистского образования, разработанные ЮНЕСКО, и внедрять их в образовательный процесс. Здесь огромный фронт работы как регионального плана, так и общереспубликанского. В эту работу входит адаптация уже утвержденных западных учебников, перевод их на казахский и русский языки, подготовка своих программ, учебно-методических комплексов и иных методических документов в области журналистского образования, и лишь затем учебников, учебных пособий. Все они должны пройти рецензирование как внутри страны, так и за рубежом, на соответствие требованиям международных стандартов.

Это и есть модули и программы по журналистскому образованию, в этом и состоит прямой долг профессорско-преподавательского состава университетов страны: студент должен овладеть знаниями и компетенциями. Учебные программы в постиндустриальную эпоху должны быть направлены на развитие критического мышления, коммуникативных навыков, творческой изобретательности и навыков взаимодействия, потому что наиболее востребованными в эту эпоху оказываются способности к выстраиванию межличностных отношений [7].

А медиаграмотность (МИГ) по определению ЮНЕСКО – это: Пять законов МИГ:

- Закон 1: Равенство информации коммуникации, медиа, ИКТ, Интернета в целях устойчивого развития

- Закон 2: Каждый житель создатель информации/знаний посылает сообщение

- Закон 3: Информация, знания и сообщения не нейтральны

- Закон 4. Каждый житель бескомпромиссно имеет право знать, коммуницировать, и выражать свое мнение, вне зависимости от осведомленности.

- Закон 5. МИГ не приобретает за раз. Это живой, динамичный процесс. Может считаться завершенным, если включает знания, навыки и отношения, если они охватывают доступ, оценку, использование, производство и коммуникацию информации, включают медийное и технологическое содержание [8].

Медиаобразование, согласно определению А.В. Федорова, это «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, обретения медиаграмотности» [9].

ЮНИСЕФ, Центр исследований правовой политики, Интерньюс разместили информацию в интернет 27.10. 2017 года:

- Внедрение и развитие в Казахстане медиаобразования. Почему это необходимо?

- Медиаобразование активно развивается в мире с середины прошлого столетия. Под этим термином понимается не столько

навыки и умения по подготовке медиа-текстов (тому, чему учат журналистов и репортеров), а навыки критического отношения к получаемой из разнообразных источников информации; разграничения правдивой и объективной информации от недостоверной информации и пропаганды, а также навыки и умения работы с источниками информации, поиска нужной информации и т.д.

С появлением и распространением Интернет задачи медиаобразования существенно расширились. Развитие информационно-коммуникационных технологий потребовало дополнительных усилий по разъяснению аудитории того, как устроен и работает интернет, откуда и каким образом перемещаются информационные потоки, как можно создавать и распространять свою собственную информацию; как работают социальные сети и так далее. В настоящее время, с переводом государственных услуг в онлайн-формат, медиаобразование требуется не только для детей, но и для взрослых (например, в Великобритании OFCOM разделяет деятельность по медиаобразованию для взрослых и для детей) При этом уже давно и на самом высоком политическом уровне признано, что информация может являться угрозой для психического, эмоционального и нравственного здоровья детей, поэтому государства должны принимать меры на законодательном уровне по ограничению опасной и угрожающей для детей информации (содержащей сцены насилия и убийства, жестокого обращения, сексуального насилия и порнографии, какой-либо эксплуатации и дискриминации, пропагандирующей наркотиков, их производные, алкоголь и т.д.). Однако другой обязательной стороной ограничительных и запретительных мер является как раз развитие медиаобразования как совместного процесса с участием государства, общества и медиа по обучению населения и повышению уровня их медиаграмотности.

ООН, ЮНЕСКО и ЮНИСЕФ внесли большой вклад в создании правовых основ медиаобразования, – отмечено в данном обращении [10].

На сегодня у нас есть несколько наработок учителей школ в области медиаобразования [11]. В этом направлении активно работают и ряд библиотек страны, в том числе и университетские – Казахского Национального университета им. аль-Фараби и Назарбаев-университета.

В одной из статей мы писали о том, что Казахстану необходимо определиться, кто будет готовить медиапедагогов для школ и университетов страны и нарастить потенциал для введения медиаобразования в школах, а именно:

1. понимание на уровне политических решений;
2. разделение понятий медиаобразование и журналистское образование;
3. разделение понятий медиаобразование для взрослых (молодежь и поколение за 30 лет) и детей [12];
4. осознание необходимости медиаграмотности и медиаобразования в МОН Республики Казахстан;
5. изучение опыта разных государств;
6. понимание необходимости взять за первоначальную основу ряда методических пособий разных государств, адаптация их к казахстанским реалиям;
7. обучение профессорско-преподавательского состава медиаобразованию;
8. разработка и введения программы обучения;
9. подготовка учебных пособий и хрестоматий.

#### Литература

1. Шибутов М. Как меняется медийное пространство Казахстана? Части 1 и 2. -<https://regnum.ru/news/society/2391234.html> 5; <https://regnum.ru/news/society/2396841.html>; Гульнара Исмуханова: Невозможно двигаться вперед, постоянно оглядываясь назад – <http://press-unity.com/analitika-stati/11160.html>; «Сетевой хайп стал в Казахстане значимым явлением» – <https://zonakz.net/2018/04/02/setevoj-hajp-stal-v-kazaxstane-znachimym-yavleniem/>; Тренды казахстанской молодежи: Наиболее популярные социальные сети у молодежи Казахстана – <http://www.brif.kz/blog/?p=3304>
2. Вопросы цифровизации социально-трудовой сферы рассмотрены на заседании Правительства РК – <https://www.facebook.com/profile.php?id=1118557319>; Даурен Абаев озвучил сроки перехода Казахстана на цифровое вещание – <https://news.mail.ru/economics/33181639/?social=fb>; Казахстанцам откроют доступ к архивным актовым записям – <https://news.mail.ru/society/33676244/?frommail=1>; Казахстанцев будут обучать цифровым навыкам бесплатно – [https://bnews.kz/ru/special/digital\\_kazakhstan/view-kazahstantsev\\_budut\\_obuchat\\_tsifrovim\\_navikam\\_besplatno?\\_utl\\_t=fb](https://bnews.kz/ru/special/digital_kazakhstan/view-kazahstantsev_budut_obuchat_tsifrovim_navikam_besplatno?_utl_t=fb) и др.
3. США выделили 15 млн долларов, чтобы снизить влияние российских СМИ в Центральной Азии – <https://informburo.kz/novosti/ssha-vydelili-15-mln-dollarov-chtoby-snizit-vliyanie-rossiyskih-smi-v-centralnoy-azii.html>

4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>; <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5>
5. Ахметова Л.С. Медиаобразование в Казахстане //Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2014. № 3. С. 37-38; Ахметова Л.С., Кудабай А.А. Казахстанское медиапространство – Алматы.: «Қазақ университеті», 2017. – 68 с.; Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Медийная и информационная грамотность: концептуальные и методологические основания – Алматы.: «Қазақ университеті», 2017. – 72 с.; Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Медиаобразование и медиаграмотность: теория, методология, практика. Уч. пособие. – Алматы: Казак университеті. – 2015. – 156 с.; Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю., Шорохов Д.П. Медиаобразование в Казахстане. – Алматы, Казак университеті, 2013 – 254 с.; Велитченко С.Н. Современное медиаобразование в Казахстане: проблемы и перспективы //Научный электронный архив. URL: <http://econf.rae.ru/article/7264>; Лифанова Т.Ю. Критическое мышление. Уч. пособие. – Алматы: «Қазақ университеті», 2015 – 178 с.; Лифанова, Т.Ю., Веревкин, А.В. Информационная безопасность личности и общества: монография – Москва: Академия естествознания, 2016 г. – 127 с.; Ниязгулова А.А. Модель казахстанского медиаобразования. // Вестник КазНУ, 2012 – <https://articlekz.com/article/8759>; Шорохов Д.П. Формирование гражданской позиции, специфика подачи информации и особенности этических аспектов в системе медийной и информационной грамотности. – Алматы.: «Қазақ университеті», 2017. – 44 с.; Шорохов, Д.П. Медиаобразование и вопрос национальной безопасности в условиях информационной войны // PR и СМИ в Казахстане: сборник научных трудов. – Алматы: «Қазақ университеті», 2015. – С. 147-160.
6. Ковалевский К.А., Засурский Я.Н. Большая российская энциклопедия <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/87565/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5>
7. Навыки и компетенции XXI века – <http://www.startup.org.ua/2017/09/xxi.html?m=1>
8. Медиаграмотность (МИГ) – ЮНЕСКО // [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil\\_five\\_laws\\_english.png](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil_five_laws_english.png)
9. Федоров А.В. Медиаобразование // Большая российская энциклопедия. Т. 17. М.: Большая российская энциклопедия, 2012. С. 480.
10. Внедрение и развитие в Казахстане медиаобразования. Почему это необходимо? – ЮНИСЕФ, Центр исследований правовой политики, Интерньюс разместили информацию в интернет 27.10. 2017 года. – [http://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=37648084#pos=0;0](http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37648084#pos=0;0)
11. Кажкенова А.К. Эксперимент медиаобразования (Из опыта работы в рамках эксперимента медиаобразования ШГ №31 г. Астаны) – <http://collegu.ucoz.ru/publ/27-1-0-7547>; Омарова А.Б. Развитие медиаграмотности учащихся в процессе обучения информатики -<https://>

kopilkaurokov.ru/informatika/prochee/razvitiie\_miediaghramotnosti\_uchashchikhsia\_v\_protsiessie\_obuchieniia\_informatik

12. Ахметова Л.С. Медиаобразование в Казахстане // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2014. № 3. С. 37-38 /37/.

**Ахметова Л.С.**

**Медиаобразование в Казахстане: современный период**

**Аннотация:** За 2017-2018 годы наблюдается всплеск интереса государственного и бизнес секторов, общественности и международных структур в Казахстане к медиаобразованию. Что это такое и каково положение дел в этом вопросе в стране?

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиаграмотность, ЮНЕСКО, Казахстан, преподаватели, взрослое поколение, молодежь и дети.

**Akhmetova L. S.**

**Media education in Kazakhstan: modern period**

**Abstract:** For 2017-2018 the splash in interest state and business sectors, the public and the international structures in Kazakhstan to media education is observed. What is it and what situation in this issue in the country?

**Key words:** Media education, media literacy, UNESCO, Kazakhstan, teachers, adult generation, youth and children.

**Ахметова Л.С.**

**Қазақстандағы медиа білімі: заманауи кезең**

**Анатпа:** 2017-2018 жылдар аралығында Қазақстандағы мемлекеттік және бизнес секторларының, қоғамдық және халықаралық құрылымдардың медиа біліміне қызығушылығы байқалады. Бұл не және осы мәселенің елімізде жағдайы қандай?

**Түйін сөздер:** медиа білім, медиа сауаттылық, ЮНЕСКО, Қазақстан, мұғалімдер, ересектер ұрпағы, жастар және балалар.

*Работа выполнена 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.*



Гиздатов Г.Г.

### Дискурс культурной идентичности в медиальном пространстве Казахстана

Традиционно срезы общественного и массового сознания фиксируют социологи и культурологи [1]. Есть научная отрасль, которая могла бы практически вмешаться в это разговор – психолингвистика. Вынуждены заметить, что для многих казахстанских психолингвистических исследований типична следующая ситуация: пересказ российских научных работ, большей частью элементарный повтор чужих теоретических выкладок, неряшливо представленный иллюстративный материал и самоцензура при артикулировании собственных научных обобщений. Симптоматично, что многие казахстанские лингвисты любят находить общность казахской и русской культуры, обязательно противопоставляя ее западным ценностям [2]. В любом раскладе словарь ассоциативных норм любого языка всегда выступает как оригинальный и надежный источник при культурологических и социально-психологических исследованиях. То, как социально-политическая ситуация отражается в языке, помогают понять и немногочисленные психолингвистические исследования в Казахстане. Наибольшую ценность в казахстанской научной практике представляют работы Н.В. Дмитрюк. Приведу только один показательный пример: высокая степень присутствия русской лексики в языковом сознании современных казахов подтверждается следующим параметром – среди реакций-ассоциаций общим количеством 2113 употреблено 527 русизмов: 403 у мужчин и 124 у женщин [3, 34].

На наш взгляд, объединяет две страны не столько русский язык, а сколько советская идентичность. Кстати, в бытовую речевую практику вернулись даже забытые клише советской коммуникации: «Езди в такси, если автобус не нравится»; «Можете уловляться, на ваше место всегда есть люди».

Также в унисон говорят о «советизации» казахстанского массового сознания политологи и культурологи или, по крайней мере, они же обозначают очевидный крен к ценностям советского про-

шлого. Сама социальная природа казахстанского общества оказалась предрасположенной к такому повороту. Одно из возможных объяснений возврата к социально-политической архаике, также очевидно присутствующей и в российском массовом сознании [4] – медиапредпочтения казахстанцев. В значительной мере статистика языковых предпочтений в медиальной сфере подтверждает заявленный тезис о совпадении сознания двух казахстанских групп (казахов и русскоязычных). Необходимо подчеркнуть, что современные масс-медиа особенно интенсивно обращены к эмоциональной, аффективной стороне человека. Ныне казахстанцы (казахи и русскоязычные жители) смотрят на мир глазами российской идеологии, явно ностальгирующей по советскому прошлому.

Еще в 2003 году политолог Берик Абдыгалиев указывал, что подавляющее большинство населения страны смотрит телепередачи только на русском языке (32,9 %) , или, в большинстве случаев, только на русском языке (23,9 %), в равной степени, как на русском, так и на казахском 26,4 % опрошенных. Казахский язык в качестве основного канала получения информации в 2003 году использовался 3,4-8,0 % населения [5,94]. Ситуация не изменилась и через 10 лет. Так, по относительно свежим данным (других просто нет) казахстанских лингвистов [6,22] ответы на вопрос – на каком языке вы смотрите телевизор, читаете книги и осуществляете интернет-общение? – могут быть представлены в следующей таблице (см. таблица № 1)

Опрошено 224 человека

*Таблица 1*

Этнический состав	На казахском языке	На русском языке	На русском и казахском языках
Казахи	39	36,4	22,7
Русские	4,1	91,8	0
Другие	9,5	90,5	0

Разделение нынешнего казахстанского общества на два языковых и одновременно информационных пространства (казахскоязычное и русскоязычное) можно принять со следующими уточ-

нениями. Действительно, в свое время, до 2000-х годов, русский язык был и механизмом общения, и средством обмена информацией, прогрессивным языком культуры, политики и власти. Но таким он перестал быть также с начала двухтысячных годов.

Тезис об архаизации (советизации) казахстанской массовой культуры дискурса требует оговорки: архаизация сознания носит характер не возвращения к старому, а восстановление старого на основе тех знаний и представлений о прошлом, которые пользуются популярностью. Выявляемо это при обращении к образчикам массового сознания. Данные ассоциативных экспериментов, проведенных со студентами нескольких вузов Казахстана, позволяют судить о ментальном климате исследуемого социума. Результаты известного по своей методике лингвистического эксперимента (привести первое слово, которое приходит на ум по отношению к словам-стимулам Казахстан, Власть, Национальный, Россия, Советский и Советский Союз) были одновременно предсказуемыми и неожиданными. Полные ассоциативные поля, полученные от 100 информантов к нескольким понятиям, приводятся ниже, орфография информантов сохранена.

**Казахстан** – Родина (24), независимость (19), многонациональность (8), президент(6), бешбармак (6), Азия, Астана, баран, бауырсак, благополучие, будущее, герб, гимн, дом, домбра, жара, казахи, коррупция, космодром, кумыс, лошадь, мавзолей, молоко, мясо, Назарбаев, нефть, патриот, республика, Россия, сахар, свобода, семья, сила, солнце, степь, страна, Туркестан, уран, флаг, хлопок, чай, юрта – 1 (общее количество ассоциаций – 100).

**Власть** – президент (13), деньги (10), Россия (10), государство (8), могущество (8), монархия (8), сила (8), США (8), народ (7), коррупция (5), политика (5), беспорядок, богатство, борьба, влияние, глава, Дональд Трамп, несправедливость, страх, уважение, ханство – 1 (общее количество ассоциаций – 100).

**Национальный** – костюм (14), народ (8), блюдо (6), нация (6), флаг (6), дух (5), патриотизм (5), традиция (5), банк (4), государство (4), праздник (4), , культура (3), символ (3), язык (3), движение (2), Комитет (2), Отечественный (2), беркут, валюта, единство, злой, идея, КазССР, международный, образ, общий, одежда, парк, портал, свободный, собственный, союз, счастье, университет, юрта – 1 (общее количество ассоциаций – 100).

**Россия** – Путин (25), держава (18), СССР (14), союзник (10), сила (9), федерация (7), медведь (6), Москва (5), армия, борщ, лес, матрешка, преступление, сосед – 1 (общее количество ассоциаций – 100).

**Советский** – старый (20), союз (19), качественный (12), фильм (7), человек (5), народ (4), бабушка (2), дом (2), дружба (2), лимонад (2), мультфильм (2), образ жизни (2), пролетарий (2), стандарт (2), телевизор (2), шампанское (2), ветеран, герой, Казахстан, многонациональный, одинаковый, пионер, ранний, ретро, рубль, солдат, телефон, улица, труд -1 (общее количество ассоциаций – 100).

**Советский Союз** – Сталин (19), СССР (11), коммунизм (9), Ленин (6), труд (6), единство (4), пионеры (4), распад (4), война (3), дедушка (3), история (2), Россия (2), серп и молот (2), флаг (2), Хрущев (2), честность (2), 9 мая, время, голод, Горбачев, детство, закон, закрытый купол, звезда, красная звезда, красный телефон, мир, молодежь, нерушимый союз, распад, репрессии, плановая экономика, союз стран, старый, цензура (общее количество ассоциаций – 100).

Несмотря на определенную логичность казахстанского «варианта» ассоциативного поля, слово в таком варианте не выражает полного атрибута положения вещей, «идеального» события нет. В них в первую очередь зафиксировано «мышление толп» – стереотипные и повторяющиеся образы. Слова-симулякры в этом случае – в духе идей Ж. Бодриера [7] – одновременно отражают фундаментальную реальность; они же маскируют и искажают фундаментальную реальность. Казахстанскими социологами предложено объясняющее современное языковое сознание понятие «мещанство» как объединяющая социокультурная общность современного Казахстана. Эта та особая идеология, в которой сохраняются советские идеологемы, в том числе и наиболее явные – догматизм и поверхностность мышления. Пожалуй, наиболее вычисляемо следующее: в казахстанском (в данном случае русскоязычном) массовом языковом сознании нет «мифов»; по сути, нет идеологических и культурологических стереотипов. В первую очередь в языковой практике казахстанского дискурса очевидны процессы обеднения и стандартизации языка. Язык перестает быть феноменом культуры и выступает лишь как средство

фиксации и передачи информации. Приведем также для сравнения частотные ассоциации из 100 реакций к слову-стимулу Россия, полученные другим исследователем на казахском языке от носителей казахского языка: *Путин (24), Москва (23), балалайка (8), медведь (7), Пушкин (7), Сибирь (6), СССР – бывший (6), Красная площадь (6), холод (6), Ленин (6)*: ассоциации приводятся по пилотному ассоциативному эксперименту М. Абаевой 2016 [8,23]. Восприятие России этими информантами также лишено какой-либо положительной эмоциональной составляющей и достаточно стандартизировано.

Что есть сейчас русскоязычный «стиль» в Казахстане? Это ложный пафос, безличность и заурядность авторского выражения. Лишь один образчик, когда сама лексика «обнажает» себя: «Но были, были те, кто шел вразрез с линией партии, потому что пытался отстоять здравый смысл – те, для кого боль народа была не пустой абстракцией, она проходила через их сердце, она заставляла кровоточить их совесть», – так в наши дни современный автор-публицист пишет о партийных деятелях советской эпохи.

Не обнаруживается самое важное в молодежном социолекте Казахстана – продуманное следование определенной идеологии. В конечном счете, казахстанский молодежный дискурс не есть феномен постмодерновой культуры (как оно зафиксировано во всех странах), он большей частью болезненно спокоен и глубоко провинциален и он же вне этнических и культурологических стереотипов.

Язык и общие социальные шаблоны мысли (в том числе и эстетические пристрастия эпохи) оказываются в данном случае взаимосвязанными [9]. Язык современных казахских и русскоязычных писателей и блогеров, также как и зафиксированные срезы массового сознания, и есть причудливое соединение разговорных оборотов с книжно-пафосными. Подавляющее большинство публицистических текстов с неизбежной закономерностью будут отличаться резонерством, канцеляритом и антропоцентризмом истолкования. Общая тенденция современных казахстанских медиа – преобладание над аналитическими материалами собственно публицистики. При этом манипулятивность российского и казахстанского журнализма нашего времени стала более агрессивной. Быть может, поэтому в последнее время в казахстанской

массовой культуре, также как и в российской практике последних пяти-семи лет, наблюдаемы риторические принципы и приемы манипулирования массовой аудиторией (рекламные тексты, пропагандистские компании и т.п.) с суггестивными принципами речевой терапии. К таковым относится, во-первых, упрощение смысла. Действительно потребительская или избирающая кого-либо масса избавлена от лишних усилий. По отношению к публичному речевому поведению в Казахстане происходит упрощение смысла. В свою очередь казахоязычная пресса отличается от русскоязычной в тематическом наполнении, но не в осмыслении социально-экономической и общественно-политической действительности. В казахской прессе, по совсем не устаревшему замечанию культуролога Асии Байгожиной: «События описываются как самодостаточные явления, как очередной случай культуры – вне динамики меняющегося мира, в котором собственно эти события и происходят [10,36].

Воскрешает в политическом и публицистическом дискурсе казалось напрочь забытая советская стилистика: разговорный стиль, «сниженная» лексика, прямые обращения к аудитории, «совместные» с аудиторией суждения и оценки, лишь формально приближенные к живому межличностному общению. Ситуация в казахском медиадискурсе с возвратом к традиционной массовой ментальности напоминает социалистическую коммуникацию 30-х годов прошлого столетия. Происходит подмена советских штампов на национальные, но не более.

В чем причина такого самоограничения? На мой взгляд, в желании продлить жизнь прежнего стереотипа общественного сознания. Казахское медиальное пространство отражает одновременно и традиционное сознание (примитивно-групповую идеологию), и советский опыт. На наших глазах складывается пропагандистское общение – социально-ориентированное общение, когда обращаются не личности собеседника, а к обобщенному образу аудитории.

*Работа выполнена в рамках грантового проекта № AP05133019 «Культурные коды современного Казахстана (литературный и медийный дискурсы)»*

### Литература

1. Gizdatov G. Soviet Identity in Discourse of Kazakhstan. Anuari de Filologia. Llengues I LiteraturesModerne.2015. No. 5. – P.42-47.
2. Алимжанова Г.М. Сопоставительная лингвокультурология: взаимодействие языка, культуры и человека. – Алматы: Интер-Пресс, 2010. – 319 с.
3. Дмитриук Н.В. Ассоциативная модель анализа лингвистических проблем плюцентризма // Вестник Кокшетауского университета. Серия филологическая. – 2016. – № 3. – С.36-42.
4. Murašov J. Das unheimliche Auge der Schrift. Mediologische Analysen zu Literatur, film und Kunst in Russland. München: WilhelmFink, 2016. – 323 p.
5. Абдыгалиев Б.Б. Политизация этничности: процессы, механизмы, последствия. – Алматы: ИД, 2003. – 234 с.
6. Titscher, S., Meyer, M., Vetter, E., Wodak Ruth. Methods of Text and Discourse Analysis. – London: Sage, 2000. – 278 p.
7. Фазылжанова А. Социолингвистическое исследование языковой ситуации введения трехязычия / А.Фазылжанова, Г.Нургалиева // Язык. Культура. Коммуникация. – Алматы: Елтаным баспасы, 2013. – С.18-40.
8. Baudrillard J. Simulacres et simulation. – Paris: Galileo, 1985. – 348 p.
9. Абаева М.К. Образ России в языковом сознании современных казахстанских студентов // Вопросы психолингвистики. – 2016, № 28. – С. 20-28.
10. Байгожина А. Казахские и русские газеты республики: непересекающиеся миры параллельных культур // Культура и СМИ: проблемы взаимодействия. – Алматы: «Кредо», 2000. – С.36-43.

Гиздатов Г.Г.

#### Дискурс культурной идентичности в медиальном пространстве Казахстана

**Аннотация.** В статье рассматриваются общее и специфическое в казахстанском дискурсе и идентичности на конкретном психолингвистическом и медиальном материале. Данные по современным медиапредпочтениям подкрепляют авторские утверждения о специфике казахстанского массового сознания. В рамках теории медиального анализа в работе выявлены когнитивные стратегии социального познания и восприятия, выраженные в языковом сознании. Тезис об архаизации (советизации) доказывается анализом образов массовой культуры и риторическими стратегиями казахстанского дискурса. Данные результаты также подтверждены проведенным пилотным ассоциативным экспериментом (приведены полные ассоциативные поля к словам-стимулам: Казахстан, власть, национальный, Россия, Советский и Советский Союз). В работе определена близость молодёжного языкового сознания к архаизированным языковым представлениям. Проведенное исследование выявило новейшие тенденции казахского и русскоязычного медиального пространства: манипулятивность и стереотипность речевого поведения.

**Ключевые слова:** ассоциативное поле, дискурс, идентичность, медиальное пространство, психолингвистические данные.

**Gizdatov G.G.**

**Discourse of cultural identity in the medial space of Kazakhstan**

**Abstract.** The article is devoted to the general and specific identity in the Kazakh discourse and on a specific psycholinguistic and medial material. Data on modern media preferences are supported by authorial statements about the specifics of Kazakhstan's mass consciousness. Within the framework of the theory of medial analysis, the work reveals cognitive strategies of social cognition and perception, expressed in linguistic consciousness. The thesis of archaization (Sovietization) is proved by analyzing samples of mass culture and rhetorical strategies of the Kazakh discourse. These results are also confirmed by the conducted pilot associative experiment (full associative fields are given for stimulus words: Kazakhstan, power, national, Russia, Soviet and Soviet Union). The study also showed the proximity of youth linguistic consciousness to archaic linguistic concepts. The study revealed the latest trends in the Kazakh and Russian-speaking medial space: manipulation and stereotyped speech behavior.

**Key words:** associative field, discourse, identity, medial space.

**Гиздатов Г.Г.**

**Қазақстанның медиа кеңістігіндегі мәдени сәйкестіктің дискурсы**

**Андатпа.** Мақалада жалпы және арнайы қазақстандық дискур пен сәйкестік нақты психоллингвистикалық және медиалық материалда қарастырылады. Қазіргі заманғы медиа-преференциялар туралы мәліметтерге қазақстандық масс-сананың ерекшелігі туралы авторлық мәлімдемелер қолдауға ие. Медиалық талдау теориясы аясында жұмыс лингвистикалық санасында көрсетілген әлеуметтік таным мен қабылдаудың танымдық стратегияларын көрсетеді. Архаизацияны тезисті (советизация) қазақ тіліндегі дискурстың жаппай мәдениет және риторикалық стратегиясының үлгілерін талдау арқылы дәлелденді. Бұл нәтижелер пилоттық ассоциация экспериментімен расталады (толық ассоциативті өрістер: Қазақстан, билік, ұлттық, Ресей, Советтік және Совет Одағы). Зерттеу жастардың тілдік санасы архаикалық лингвистикалық ұғымдарға жақындығын көрсетті. Зерттеу барысында қазақ және орыс тілдеріндегі медиалық кеңістіктегі соңғы үрдістер анықталды: манипуляция және стереотипті сөйлеу мінез-құлық.

**Түйін сөздер:** ассоциативті өріс, дискурс, сәйкестік, медиалық кеңістік, психоллингвистикалық деректер.



Шыңғысова Н.Т.

### «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ақпараттық қолдау

Күн сайын аймақтағы жергілікті оқиғалармен бетпе-бет келетін, тұрақты аудиториясы қалыптасқан өңірлік БАҚ рөлі күннен-күнге артып келеді. Аймақтық журналистердің кәсіби шеберлігі арқылы халық барлық өзгерістердің маңыздылығын түсінеді. Осы мақсатқа сәйкес келесідей міндеттер қойылады:

– өңірлік БАҚ-тың миссиясын белгілеу және оның отандық ақпараттық нарықтағы (өңірлік / жергілікті және аймақаралық деңгейде) мүмкіндіктерін жүйелі, жан-жақты зерттеу, сондай-ақ, жаһандық ақпараттық кеңістікке (ұлттық және халықаралық деңгейде) кірігу мүмкіндіктерін анықтау;

– өңірлік БАҚ жүйесі даму үдерістерін сипаттайтын негізгі түсініктердің мазмұнын және Қазақстанның заманауи ақпараттық-коммуникациялық кеңістігінде орын алатын өзгерістердің динамикасын және құрылымын егжей-тегжейлі сипаттау;

– өңірлік және жалпы республикалық деңгейде «Рухани жаңғыру» ұлттық бағдарламасының ақпараттық насихаты мен алға жылжу мүмкіндіктерін бағалау және көрсету;

– өңірлік журналистиканың даму саласындағы негізгі әлемдік үрдістерді анықтау, жиналған материалдар негізінде ҚР өңірлік БАҚ дамуының мүмкін және басым бағыттарын – журналистік шеберлікті зерттеу, жаһандық әлемдегі ұлттық-мәдени көптүрлілік жағдайында қазақстандық бірегейлік ретінде ұлттық бағдарламаны насихаттау;

– «Рухани жаңғыру» ұлттық бағдарламасын насихаттау, жүзеге асыру аясында қоғамдық пікір қалыптастырудың тиімділігі және инновациялық-интеллектуалдық әлеуетті арттыру мақсатында өңірлік БАҚ аудиториясын зерттеу;

– «Рухани жаңғыру» ұлттық бағдарламасын жүзеге асырып, алға жылжытуда өңірлік және орталық БАҚ-тың бірлескен жұмысының мүмкіндіктерін бағалау және жан-жақты зерттеу.

«Қазақстан-2050» стратегиясы [1] – Қазақстанның экономикалық, саяси, мәдени өзгерістерді бастан кешірген әлеуметтік-бағдарлы мемлекеттің қалыптасу жолы бойынша жүрген кең ауқымды бағытының түпнұсқалы қорытындысы. Зерттеушілер А.И. Агеев, А.Б. Байшуақов, Б.В. Куроедов атап көрсеткендей, Қазақстанның өзіндік стратегиялық даму матрицасы қалыптасты [2].

2014 жылдың қыркүйек айында Н.Ә. Назарбаев 2015-2020 жылдарға арналған отбасылық қатынастарды, моральды-этикалық және рухани-адамгершілік құндылықтарды нығайтуға арналған іс-шаралардың жалпыұлттық жоспарын әзірлеуді тапсырды. Бұл құжат сондай-ақ, біздің мемлекетімізде өткен жүзжылдықта басталған әлеуметтік құрылыс саласындағы мемлекеттік саясаттың іргетасының бір бөлігі ретінде болуы мүмкін.

«Мәдени мұра» бағдарламасын жасау және оны жүзеге асыру кезеңін еске алсақ, оның басты мақсаты – өткен ғасыр ойшылдарының, қазақтардың ата-бабаларының, орталық Еуразияның кең-байтақ даласын мекендеген адамдар мен тайпалардың жазбаша еңбектерін, баға жетпес артефактлер, экспонаттарды жинақтау және жүйелеу болатын. Мәдени мұраны көтеру және түрлендіру қазақстандық қоғамның патриоттық сезімін асқақтатып, этно-мәдени саладағы мемлекеттік саясатты жаңа мазмұнмен қанықтырды.

«Рухани жаңғыру» бағдарламасы құндылықтарды басқарудың ауқымды үдерісін көрсетеді. «Жаһандық әлемдегі заманауи қазақстандық мәдениет» жобасы құндылықтарды дамытумен байланысты болғандықтан, идеяның өзегі десе де болады. Оның басты міндеті – қазақстандық мәдениетті өз көзімен көріп, бағалап, әлемге жетістік ретінде көрсету [3].

Зерттеуші Қараманова М.С. «Мәдени мұра» ұлттық стратегиялық жобасын жүзеге асыру қазақстандықтардың қазіргі ұрпақтарына Ұлы қазақ даласын мекендеген халықтардың мәдени игілігін сақтауға мүмкіндік береді деген пікірді ұстанады [4].

Келесі саты 1995 жылы құрылған Қазақстан халықтар Ассамблеясының жұмысын қайта түрлендіру болды. Бүгінгі таңда бұл Қазақстан аумағында өмір сүретін барлық ұлттар мен халықтардың бірлігін қамтамасыз етуге бағытталған

конституциялық мойындалған орган. 2008 жылы ұлттық бірлік Доктринасы қабылданды.

Мажитов С.Ф. мемлекеттік саясаттың кепілі деп президенттік билікті «түрлі этникалық топтар мен мәдениеттердің мүдделерін тәжірибелік жүзеге асырудың біржақты емес механизмі бола отырып, дағдарыстық және дағдарыс алды жағдайларды, азаматтық қоғам негіздерін алдын ала ескерту және жедел шешу институты ретінде» атайды [5]. Осыған орай, реттеуіштік қызметтің тарихи ретроспекциясында егемендік жағдайындағы билік ету институтының өзін, Қазақстан аумағындағы мемлекеттік құрылыс тарихын, қазақ қоғамы және олардың ата-бабаларының басқару формаларын зерттеу аса маңызды.

Этносаяси кемелденудің деңгейі БАҚ, әсіресе өңірлік БАҚ үшін нақты мақсатты индикаторларды белгілей отырып, Қазақстан халқына «Рухани жаңғыру» бағдарламасын жүзеге асыруға мүмкіндік беріп отыр.

Осы көрсеткіштердің жиынтығы, медиа қызметінің барлық аспектілерін қоса алғанда, БАҚ-тың дамуына мүдделі барлық тұлғалардың, соның ішінде жергілікті деңгейде де өңірлік бұқаралық коммуникацияның жағдайын бағалап, даму бағдарламасының ықпалын анықтауға мүмкіндік береді.

«Қазақстанның дамуы оңтайлы әлемдік тенденцияларға ұласып келеді. Біздің мемлекетіміз сенімді серіктес деп бағаланды. Қазақстан әлемдік қауымдастықтың ажырамас бөлігіне айналды. Оны ядролық қарусыздануға, халықаралық қауіпсіздікті нығайтуға, интеграция мен көптарапты экономикалық серіктестікке қосқан елеулі үлесі үшін құрметтейді» [6]. Осыған орай, «Рухани жаңғыру» бағдарламасын өңірлік БАҚ-та ақпараттық қолдау мен алға жылжытудың стратегиясын құру – алуан салалы технологиялық және ғылымды қажет ететін ресурстар нарығында бәсекеге сауатты, сыртқы дағдарыстар мен әлемдік қауіп-қатерге қарсы тұрып, дамудың қазақстандық стратегиялық матрицасын қалыптастыруға мүдделі мемлекет құруға бағдарлайды.

Өңірлік журналистика қызметінің негізгі аспектілерін: өңірлік БАҚ-ты реттеудің мемлекеттік стандарттары мен ұлттық жүйелерін; өңірлік БАҚ-қа қатысты мемлекеттік саясатты; өңірлік теле-, радио хабар таратуды, оның ішінде сандық хабар таратуды құқықтық реттеуді; Интернетті реттеуді; өңірлік БАҚ-

тың өз бетінше реттелу үлгісін (оның ішінде таяу және алыс шетел мемлекеттерінің мысалында); өңірлік БАҚ тарихын, өңірлік БАҚ-тың инфрақұрылымын, өңірлік БАҚ-тың даму факторларын – материалдық-техникалық, экономикалық, зияткерлік және этика-құқықтық; өңірлік БАҚ-тың, оның ішінде баспа, электронды БАҚ-тың да даму мүмкіндіктері мен мәселелерін қарастыру күн тәртібінде.

Қазақстандық бірегейлікті қалыптастыру кезеңінде, Қазақстандағы түрлі ұлттық және мәдени дәстүрлердің өмір сүру жағдайында бұқаралық ақпарат құралдары үлкен рөл атқарады. Түрлі халықтардың мәдени алуан түрлілігі мен ұлттық бірегейлікті жаһанданудың күрделі жағдайларында сақтап қалу мәселелерін шешуде БАҚ-қа инновациялық-мәдени саясатты алға жылжыту және ақпараттық қолдау бойынша үлкен жауапкершілік жүктеледі, ал бұл, өз кезегінде, зияткерлік, заңнамалық және әкімшілік күш салуды барынша талап етеді.

Сонымен қатар, халықтың мүддесіне ең жақыны жергілікті ақиқатпен және ұлттық-мәдени алуан түрлілікті сақтау қажеттілігімен тікелей байланысты болып келетін өңірлік бұқаралық ақпарат құралдары саналады.

Бұдан өзге, өңірлік БАҚ-тың даму проблемалары да бар. Осылайша, жаңа ақпараттық және телекоммуникациялық технологиялардың қарқынды түрде дамуы және таралуы бүгінде жаһандық ақпараттық төңкеріс сипатына ие болып келеді де, ол өз кезегінде мемлекеттегі саясат, экономика, басқару, қаржы, ғылым, мәдениет салаларына және қоғамның өзге де салаларына әсер етеді.

«Қазақстанның рухани жаңғыруы» бағдарламасы – қоғамдық ой мен азаматтық санаға өзгерістер әкелген мемлекеттік идеология. «Мәңгілік ел» ұлттық идеясы орындалуының рухани тірегі. Бағдарламада қайта түлеудің саяси және экономикалық екі үдерісіне байланысты нақты мақсат-міндеттер, басымдықтар талқыланып, қалай жүзеге асырудың жолдары баяндалған. Тәуелсіздік кезеңіндегі атқарылған зор істерге баға беріле келіп, енді біртұтас ұлт болу үшін болашаққа қалай қадам басамыз? – деген мәселе күн тәртібіне қойылған. Мақаланың өн-бойындағы айтылған мәселелер түйіндей келгенде: ұлттық бастауларды, ұлттық тарихты берік негіз ете отырып, әлемдік бәсекеге төтеп

беру үшін, бәсекеде озу үшін жаңа коммуникативтік технологияларды меңгеру, тұтас халықтың бәсекеге қабілеттілігін арттыру, санасын жаңғырту, жаңа өзгерістерге бейімдеу.

Шынайы прагматизмнің жарқын үлгілерін болашақта көргіміз келсе, экокөрнеушіліктің алдындағы міндетті айқын сезінуге болады.

Ұлттық бірегейлікті сақтау мәселесіне байланысты Елбасы басты екі қырын сипаттаған: ол ұлттық сана-сезімді дамыту және ұлттық болмыстың өзегін сақтай отырып, сипаттарын өзгерту, ұлттық мәдениетті сақтау. Осы орайда ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасында «Жаһандық әлемдегі журналистиканың социомәдени көптүрлілігі: ұлттық бірегейлікті сақтау мәселелері» тақырыбы бойынша іргелі ғылыми жоба орындалды. Зерттеу нәтижелері бойынша ғылыми еңбектер жарық көрді. Сол зерттеулер Елбасының қойған міндеттерімен үндесіп жатыр.

Мақалада латын әліпбиіне көшу туралы міндеттер осы процестің терең логикасын анықтай отырып, нақты мезгілдерімен айқындалған.

Жаңа сапалық деңгейде білім беруді көздейтін қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық жобасы дәл уақытында қолға алынған әрі аса пайдалы, маңызды идея. Жастардың қандай мамандыққа болмасын жедел бейімделуіне, жан-жақты болуына, әсіресе қазақстандық білім берудегі ерекшеліктер, инновациялар игілік етері даусыз.

Қазіргі таңда «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ақпараттық ілгерілету бойынша іс-шаралар жүзеге асырылуда. Өңірлерде бағдарламаны ақпараттық қолдау жөніндегі ақпараттық орталықтар, сайттар құрылуда. Бұқаралық ақпарат құралдары үшін бағдарламаның медиа-тұжырымдамасы әзірленді. Өңірлік деңгейде әсіресе «Туған жер» бағдарламасына қатысты жобаларды жүзеге асыру қажет. Арнайы айдарлар, бағдарламалық сюжеттер, бейне, аудиороликтерді жоғары талдамалық деңгейде жүйелі беру арқылы бағдарламаның жүзеге асуына ақпараттық қолдау көрсетуге болады.

Ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын сапалы әрі мазмұнды ұйымдастыру қоғамдағы азаматтардың рухани жаңғыру қадамдарына оң көзқарасын қалыптастырады. Өңірлік БАҚ

өкілдері жаңартылған идеология негізінде қоғамдық пікір қалыптастырып, рухани жаңғыру идеясын азаматтардың санасына барынша сіңіріп, қоғамдық пікірді түлетуге, жас ұрпақты қазақстандық патриотизм рухында тәрбиелеуге, мәдениетаралық төзімділікті қалыптастыруға, мультимедиялық, цифрлық, интерактивті коммуникациялар дәуірінде бәсекеге қабілеттілік танытып, жастардың бойына халықаралық еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болу шарттарын ұсынуы тиіс. Осы орайда бағдарламалық құжаттағы айтылған ұлттық байлығымызды үнемді пайдалану, ысырапшылдыққа жол бермеу, табиғатты сақтау, жаһандық, өңірлік экологиялық мәселелер туралы БАҚ-та экологиялық ойлау тұрғысынан толыққанды, сараптамалық ақпараттар беру қажет. Отандық БАҚ-та рухани жаңғыру тақырыбын арқау еткен әртүрлі жанрдағы жарияланымдар легін арттыру арқылы аудиториямен жанды диалог құру, зиялы қауым өкілдері мен ғалымдарға, қоғам қайраткерлеріне, жас буын көшбасшыларына рухани жаңғыру міндеттерін насихаттауға пікір алаңын ұсыну, рухани жаңғыру идеясы мен стереотиптерді түбегейлі өзгерту, қасаң, кертартпа сананы сауықтыру да өңірлік БАҚ алдында тұрған міндеттер.

Өңірлік бұқаралық ақпарат құралдарының сауатты құрастырылған ұлттық бірегейлік саясаты саласындағы дамуын жүйелік талдау және стратегиясын жасау, латын әліпбиіне көшудегі міндеттері мен функцияларын кеңейту, аймақтарда «Рухани жаңғыру» мемлекеттік бағдарламасының жүзеге асырылуының жалпы ұстанымдарын құру мәселелері аса маңызды.

#### Әдебиеттер

1. Послание Главы государства Нурсултана Назарбаева народу Казахстана, 17.01.2014, Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее.
2. Агеев А.И., Байшуаков А.Б. Куроедов Б.В. Стратегическая матрица Казахстана: ретроспектива, современность и сценарии будущего развития. – М.: ИНЭС-ЦА, 2006.– 328 с.
3. Рухани жаңғыру: Экспертное сообщество обсудило социально-политические тренды в контексте Третьей модернизации. <https://primeminister.kz/ru/news/all/nasha-kultura-zasverkaet-po-novomu-aida-balaeva-15294>
4. Караманова М.С. Состояние и вопросы сохранения историко-культурного наследия Арало-Сырдарьинского региона. Диалог этнокультурных

миров в евразийском историческом процессе. Материалы международной научно-практической интернет-конференции. – Оренбург, ГОУ ОГУ, 2010. – С. 725

5. Мажитов С.Ф. Национальный стратегический проект «культурное наследие» в контексте современной истории Казахстана
6. Касым-Жомарт Токаев. «Мәңгілік Ел» – национальная идея и государственная идеология Казахстана // *Казахстанская правда*, 21 января 2014 г.

## Глава III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Алдабергенова А.А.

### Мәдениетаралық эквиваленттілік мәселелері (Дж.Хеллер шығармасының аудармасы негізінде)

Қазіргі таңда жаһандану мен шет елдермен қарым-қатынастың кеңеюіне байланысты аударма мәселесіне ерекше назар аударылып отыр. Оның ішінде әсіресе көркем шығармалардың аударылуы аса маңызды орында. Тіл мен мәдениет мәдениетаралық қарым-қатынастың құрамдас бөліктері, әрі ұлттың тарихын, моральдық құндылықтарын сақтап, болашақ ұрпаққа жеткізетін құралдардың бірі.

Көркем шығарманы аудару – аударманың ең күрделі де, жоғары жауапкершілікті қажет ететін түрі. Аударма өнеріне тән қасиеттердің бірі- аударма материалының кең көлемдігіне, әр түрлілігіне қарамастан, аудармаға деген шығармашылық көз қарас, ғылыми негіздің болуы.

Көркем әдебиетті аудару барысында аударма мәтінінің оқырманның көңілінен шығып, автордың күткен коммуникативті әсерін алу үшін, прагматикалық мәселелерді ескеру керек. Көркем шығармаларды аудару үшін тек білікті аудармашы болып қана қоймай, сонымен қатар талантты жазушы болу абзал. Аударма, аударылған мәтін емес, нағыз түпнұсқа туынды ретінде қабыл алынуы қажет. Тек сонда ғана жазушы өз мақсатына жетіп, оқырманнан қажетті жауап ала алады. Егер аудармашы осыған қол жеткізе алса, сонда ғана түпнұсқаның толыққанды коммуникативті әсері туралы айтуға болады. Көркем әдебиет стилінің ерекшелігі – аударма барысында екі түрлі мәдени жүйе бетпе бет келіп, түрлі тіл мен дәстүр, мәдениет мен әдебиет араласып ұштасады. Аудармашының мақсаты осы екі мәдениеттің заңдылықтарын сақтай отырып, ешбір қасиетін жоғалтпай, мәтіннің мағынасын жеткізу. Тілдің байлығы сонда, бір сөз бірнеше мағына беруі мүмкін, ал нағыз аудармашы дәлме дәл



контекстіге сай эквивалентті (баламаны) тауып, шығармашылық шеберлігін таныту керек.

Көркем аудармада әдеби шығарма бастан аяқ сөзбе-сөз тәжімаланбайды, сөздердің мағынасын, көркемдік қуатын, бейнелік әсерін неғұрлым толық жеткізу мақсат етіледі.

В.Н. Комиссаровтың анықтамасы бойынша, көркем аударма – бұл аудармалық әрекет, оның негізгі мақсаты аударма тілінде көркем-эстетикалық әсер ете алатын шығарма жасау. Сонда, көптеген әдеби сыншылардың ойынша көркем аударма – бұл өнер, онымен тек қана эстетикалық қағидаларға сүйенетін тіл шеберлері айналыса алады [В.Н. Комиссаров 2004:24].

Мәтін – бұл тіл шығармасы, оның көмегімен вербалды коммуникация іске асады. Аудармашы осы түпнұсқада берілетін толықтықты қабылдай ала алуы және онымен құрылып жатқан аударма мәтінін толық және дәл бере білуі керек. Әрбір аударма шығармашылық үдеріс ретінде аудармашының даралығын белгілеуі керек, бірақ аудармашының негізгі мақсаты түпнұсқаның ерекшеліктерін жеткізу және түпнұсқаға сәйкес көркем және эмоционалды әсерін барабарлы жеткізу үшін, аудармашы ең жақсы тіл амалдарын: синонимдерді, сәйкес болып тұрған көркем бейнелерді және сол сияқтыларды табу керек.

Бүгінгі таңда, көркем әдебиет мәтіні ретінде, абсурд шығармаларын аудару кең қарқында дамып келе жатыр. Абсурд орыс тілі, не қазақ тіліне қарағанда, ағылшын тіліне етене жақын. Қазіргі кезде абсурд болмыс мағынасыздығының метафорасы бола тұра, бірнеше мағынаға ие. О.Д. Буренинаның берген анықтамасы бойынша абсурд дегеніміз – сөйлеуші тілдік байланысты бұзатын мәтіндер айтып, не болмаса ойға қонымсыз мінез-құлық көрсетіп, жат іс-әрекеттерді орындайтын мәтінге не жағдайға бағытталған категория [О.Д. Буренина 2005:16].

Абсурд шығармасына күнделікті өмір салтының, ережелер мен қағидағардың мағынасыздығы мен мәнсіздігі тән. Абсурд шығармасын аудару үшін «абсурд» сөзінің түп мағынасын түсініп, түпнұсқа мәтінін жетік меңгеріп, автордың көздеген мақсатын және оқырманнан күтетін жауабын анықтай білген жөн. Аударма мәтінінде аударманың стилистикалық, лексикалық, грамматикалық ережелері, сонымен қатар рифма мен дауыс ырғағы ескерілуі қажет. Аудармашы түрлі мәселерді шеше білу

үшін екі тілді де жетік меңгеріп, сол елдердің мәдениеті мен әдебиетінен, салт-дәстүрінен, тұрмыс-түршілігінен хабардар болып, вербалды және вербалды емес каналдардан келіп түскен ақпараттарды жүйелей білуі маңызды.

Н.С. Автономованың еңбектеріне сүйенсек аудару – ол тек бір тілден екінші тілге сөздер мен мәтін мағынасын жеткізу ғана емес, ол тілдік құрал арқылы бір мәдениет пен екінші мәдениетті табыстыру. Аударма – ол әрдайым шекаралардың тоғысуы, бірақ тек тілдік қана емес, оған қоса мәдени, әлеуметтік, тарихи т.б. Аударма – бірнеше сатыдан тұратын, бір-бірімен тығыз байланысты күрделі процесс [Н.С. Автономова 2017:25].

Түпнұсқаның дәлме-дәл функционалды және коммуникативті көшірмесі болатындай аударма мәтінін жасау мүмкін емес. Авторға қарағанда, аудармашыда ерік жоқ, ол өз қалағанындай етіп, өзгертіп, не өз ойын қоса алмайды, оның әрекеті шектеулі. Алайда, бұл жағдай аудармашы-суретшіге оқырманға автордың мақсатын, мәтіннің мазмұнын жеткізуге кедергі келтірмеуі тиіс. Кей жағдайда, аудармашылар түпнұсқа мен аударма мәтіні арасында максималды ұқсастыққа жету мақсатында түрлі лексикалық, грамматикалық қатерлерді жіберуі мүмкін. Нақтылау, жалпылау, қосу және алып тастау секілді аударма трансформациясының сан алуан түрлері бар. Аудармашы оларды тек құрал ретінде дұрыс қолданып, дәл эквиваленттерін таба білуі маңызды. Аудармашы түпнұсқаны қабылдап, санасында бірнеше тіларалық трансформация жасайды да, дайын аударма «шығарады». Алайда аударматанушылар көбінесе, Л.С. Бархударов та аударма трансформацияларын негізгі сипаттары жағынан төрт топқа жіктеген теориясымен санасады: орын алмастыру; сөз қосу; ауыстыру; түсіріп тастау.

Көркем аударма мәселелері күн тәртібінен түспейтін, шешілуінің ұшы қиыры көрінбейтін түбегейлі проблемалардың бірі. Әдебиет тарихында бір жазушының шығармаларына әр кезде әр түрлі аудармашылар ілтипат білдіреді. Осының нәтижесінде бір туындының бірнеше аудармасы сақталады. Олардың ішінде сәттісі де, сәтсізі де ұшырасуы мүмкін. Қазіргі таңда абсурд көркем шығармасын аударуға бағытталған, тіпті абсурд феноменіне арналған теориялық жұмыстар жоқтың қасы. Бұрынғы кезде абсурд философиялық категория (Антисфен, Аристотель, Э. Гус-

серль, М. Хайдеггер, А. Камю) ретінде қарастырылған, тек 20 ғасырдың 50-жылдары ғана көркем әдебиеттанудың (Р. Барт, Н.М. Демурова, А.Л. Тейлор), кейінірек лингвистиканың (Н.Д. Арутюнова, Ж.Ж. Лесеркль, С. Стюарт, О.Д. Буренина) нысана-сына айналды.

Абсурд шығармасын аудару әртүрлі мәдениет пен тілдік дәстүрлердің айырмашылықтарына байланысты аудармашы үшін ерекше қиындықтар туғызады. Осы орайда абсурд жанрының келесідей ерекшеліктерін атап өту қажет: логиканың болмауы, сөздердің алмасуы, әзіл-ысқақ мазмұны, фантастикалық образдар, неологизмдер, нақты ырғақ пен екпін т.б. Әрине, осы себепті де бұл жанрды аудару үшін аудармашы болумен қатар шығармашылық, ақындық өнерді де қатар алып жүру керек. Аудармашының толассыз қиялдары, ойдан шығарылған кейіпкелер және олардың іс-әрекеттері оқырманға ерекше әсер қалдыруы тиіс.

Абсурд әдебиетінің жарқын өкілдерінің бірі Джозеф Хеллер және оның танымал шығарамасы «Поправка 22» болып табылады. Мұнда автор американдық әскердің күлдіргі күйбелеңін сипаттау үшін түрлі тілдік құралдарды пайдаланады. Бір жерінде мысқылды, бірде жеңіл әзілді, бірде әсірелеуді қолданып керемет әскери сатираны жазып шықты. Дәл осы сатираның көмегімен түрлі кейіпкерлердің мінезін дәл суреттейді.

Әдеби шығармада авторлар кейіпкерлердің дәл бейнесін сомдау үшін түрлі сипаттайтын есімдер беріп, алуан түрлі ассоциация туғызады. Аудармашы үшін аса маңызды ол дәл тандалған балама. Қазіргі кезде көптеген шығармалар ағылшын тілінен орыс тіліне не болмаса керісінше аударылды, алайда олардың барлығы өз оқырманын тапты деп айту екі талай.

Қорытындылай келе, абсурд әдебиетін аударуда тілдік және образдық баламаларды дәл табу және түрлі аударма трансформацияларды орынды қолдану аса маңызды екендігін айта кету керек. Алайда тілдік ережелерді ұстану кей кездері түпнұсқа мен аударма мәтіні арасында үлкен айырмашылыққа алып соғуы мүмкін екенін ескерген жөн. Сапалы аударма жасау үшін аудармашы тек бір мәселемен шектелмей, барлық аударма амалдарын қолдана біліп, көркем әдебиет стиліне тән қасиеттердің қыр-сырын білгені абзал.

### Әдебиеттер

1. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. М.: ЭТС.2004. – 424 с.
2. Буренина О.Д. Символистский абсурд и его традиции в русской литературе и культуре первой половины XX века. – Санкт-Петербург, 2005.
3. Автономова Н.С. Познание и перевод. Опыты философии языка. – М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2017. – 736 с.

#### Алдабергенова А.А.

#### Мәдениетаралық эквиваленттілік мәселелері (Дж.Хеллер шығармасының аудармасы негізінде)

**Аннотация:** Бұл мақалада көркем әдебиет шығармасын аударудағы мәдениетаралық эквиваленттілік (барабарлық) мәселелері қарастырылады. Абсурд әдебиеті – көркем әдебиет мәтіндердің ішіндегі ең күрделі де қызықты түрлерінің бірі. Абсурд шығармасын аудару үшін «абсурд» сөзінің мағынасын терең түсінуден бөлек, оны эстетикалық категория ретінде қарастырып, мәдениет арасындағы, тіл арасындағы айырмашлықтарды жеңе отырып, адекватты әрі эквивалентті аударма мәтінін ұсына білу керек. Кез-келген аударма эквивалентті бола алады, алайда кез-келген эквивалентті аударма адекватты бола алмайды. Ал адекватты аударма ардайым эквивалентті.

**Түйін сөздер:** мәдениетаралық коммуникация, аударма, эквивалент, мәдениет, көркем әдебиет, литература абсурда.

#### Aldabergenova A.A.

#### Problems of intercultural equivalence (on the material of works of J.Heller)

**Abstract.** The article deals with problems of intercultural equivalence during the translation of literary texts. Translation of absurd literature is one of the most complicated and interesting literary translations. After all, to translate the absurd literature it is not enough to understand the phenomenon of «absurd» as an aesthetic phenomenon, the translator should cope with intercultural differences of the source text and target text and give adequate and equivalent text. Any translation can be equivalent; however it cannot be an adequate text. Contrary, adequate translation is always equivalent.

**Key words:** intercultural communication, translation, equivalent, culture6 literary text, absurd literature.

#### Алдабергенова А.А.

#### Проблемы межкультурной эквивалентности (на материале перевода произведения Дж. Хеллера)

**Аннотация:** В статье рассматриваются проблемы межкультурной эквивалентности при переводе художественной литературы. Литература абсурда, как художественный текст, является одним из сложных и интересных видов художественной литературы. Для того чтобы переводить литературу абсурда необ-

ходимо схватить само понятие «абсурд» как эстетическую категорию и перебороть межкультурную, межязыковую различия между текстом оригинала и перевода. Каждый перевод может быть эквивалентным, но не всякий перевод может быть адекватным. В свою очередь адекватный перевод может быть эквивалентным.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, перевод, эквивалент, культура, художественная литература, абсурд.

*Источник финансирования: Статья подготовлена в рамках проекта № АР0 513 30 19 Министерства Образования и науки РК «Культурные коды современного Казахстана (литературный и медийный дискурс)».*

*Қаржыландыру көзі. Бұл мақала № АР0 513 30 19 Қазақстан Республикасының Білім және ғылым Министрлігінің «Қазіргі Қазақстанның ұлттық кодтары (әдеби және медиялық дискурс)» жобасы негізінде орындалған.*

*Source of financing. The article was implemented within the framework of the project АР0 513 30 19 of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan «Cultural codes of modern Kazakhstan (literary and media discourses)».*

Кроо К., Касымова Р.Т., Сарсекеева Н.К.

**Возможности рефлексии как способа интерпретации  
и анализа нового знания на занятиях по русскому языку  
в средней и высшей школе Венгрии и Казахстана**

По выражению крупнейшего французского ученого Мишеля Фуко, «язык является исходной формой всякой рефлексии...» [9, с.117]. Под *рефлексией* (от лат. reflexio – обращение назад) понимают «способность человеческого мышления к критическому самоанализу» [8]. Она рассматривается и как «...один из самых интересных и сложных процессов среди тех, которые мы наблюдаем в деятельности; одновременно рефлексия является важнейшим моментом в *механизмах развития* деятельности, моментом, от которого зависят все без исключения этапы организованности деятельности, в том числе смысл текстов и значения отдельных знаков и выражений» [10, с. 18].

Под рефлексией также понимают «приобретенную сознанием способность сосредоточиться на самом себе и овладеть самим собой как *предметом*, обладающим своей специфической устойчивостью и своим специфическим значением, способность уже не просто познавать, а познавать самого себя; не просто знать, а знать, что знаешь» [7, с. 136]. В связи с этим в ней выделяют два наиболее важных аспекта: а) рефлексия как процесс и особую структуру в деятельности; б) рефлексия как принцип развертывания схем деятельности [10, с. 20].

Одним из самых крупных гуманитарных открытий XX века С. Соловейчик [6, с. 286] называл «представление о себе», «я – концепция». Но это не связано с самооценкой, с самоуважением, с самоанализом, а является внутренним образом самого себя, внутренним нравственным лицом. В формировании новой методической парадигмы принцип антропоцентризма занимает ведущую позицию, так как уникальность феномена человека как объекта научного исследования, представляющего собой единое целое, приобретает особую значимость в новом тысячелетии.

В наши дни заметно возрос интерес филологов к описанию языка с точки зрения активного участника коммуникации. Ответы на вопросы «Для чего?» и «Насколько это жизненно необходимо лично для меня?» формируют по сути «картину мира» носителя идиолекта и языкового коллектива.

Напомним, что о важности создания условий для саморазвития, самореализации личности обучаемого писал в свое время академик Л.В. Щерба: «К сожалению, жизнь людей не проста, и если мы хотим изучить жизнь, – а язык есть кусочек жизни людей, – то это не может быть просто и схематично. Всякое упрощение, схематизация грозит разойтись с жизнью, а главное, перестает учить наблюдать жизнь и ее факты, перестает учить вдумываться в ее факты. Важно не то, что дети бойко и без ошибки, по старой или новой системе, классифицируют слова, а важно то, чтобы дети сами подмечали существующие в языке категории, вдумывались в слова, в их смысл и связи» [11, с. 98-99].

Как известно, обучение – это, в первую очередь, передача накопленного обществом опыта. И соотнесение содержания учебного текста с жизненным опытом обучаемых позволяет осуществить смысловое восприятие текста, которое является одним из существенных компонентов внутренних механизмов речевой коммуникации.

При переходе от традиционного образования к образованию инновационному, направленному на развитие креативности обучаемых, преподаватель сегодня не дает знания в готовом виде, а учит добывать эти знания, или знания, новые для самих учащихся, учит умению использовать знания и умения в новой ситуации.

Трансформация знаний предполагает выход к решению новых задач на основе имеющихся знаний. Для понимания пути своего развития обучаемый должен быть поставлен в такие условия, когда он пытается найти ответы на вопросы: «*чем я был? – что я сделал? – чем я стал?*» [4, с. 246]. Все указанные три позиции «Я», находящиеся в центре понимания личности, способствуют формированию потребности в рефлексии.

Учебная деятельность, в том числе деятельность, связанная с изучением другого языка, должна быть организована таким образом, чтобы ее результат был направлен на изменение, а значит, и на развитие самого ученика. Использование рефлексии в учеб-

ных целях предусматривает перевод учащегося с объекта педагогического воздействия на активный субъект обучения, тем самым личность обучаемого перемещается в центр учебного процесса.

К этапу рефлексии, особенно в рамках изучения языка, применима концепция «зеркала», так как «... в бытии есть не только объект, но и другой субъект – «зеркало», которое отражает и то, что я воспринял, и меня самого. Для человека другой человек – мерило, выразитель его «человечности» [5, с. 69]. Согласно мнению М. Мамардашвили, «... мы весь мир видим в зеркальных отражениях. В том числе и самих себя. То, что в нас происходит, нам более всего недоступно. Например, что я на самом деле чувствую, думаю и т.д. Не то, что «я думаю, я думаю», а чем я думаю. Этого фактически я никогда не знаю» [3, с. 52].

Понимание текста, как известно, основано на диалоге между автором и читателем. Понимание целого высказывания всегда диалогично, поскольку в основе понимания любого текста лежит диалог как реальная единица общения между автором текста и читателем [1, с. 306]. Интерес к феномену понимания неродной речи объясняется связью с продуктивной, творческой деятельностью обучающихся.

Так как «рефлексия (= «отражение») есть возврат из путешествия в космос на себя; рефлексия – круг мысли, возвратная мысль, о – пределенная» [2, с. 219-220], то, например, после знакомства с известным стихотворением К. Чуковского «Телефон» на уроке русского языка для начинающих его изучение (beginners) учащиеся пытаются ответить на вопрос, нацеленный на содержание воображаемого диалога с писателем: «*Что бы я сказал известному русскому детскому писателю по телефону? О чем бы мы разговаривали по телефону?*».

Другим примером подобного рода может служить постановка учащихся в позицию «вне текста» в рамках коллективной беседы по сказке А. Милна «Винни-Пух и все-все-все»:

- *Про кого эта сказка? Кто тебе понравился и почему?*

- *Найди слова, которые помогают нам представить Винни-Пуха и Кристофера Робина.*

- *Прав ли Винни-Пух, когда сказал про себя: «Я при творюсь, как будто я маленькая черная тучка. Тогда они не догадаются!..»*



- *Представь себе, что ты видел, как Винни-Пух взлетел в небо и остановился напротив дерева. Расскажи о том, что ты мог видеть, от своего имени.*

- *В сказке рассказывается о том, что думал медвежонок, находясь перед дуплом, а вот о том, что происходило в дупле, как вели себя пчелы, о чем они думали и что решили, ничего не сказано. Придумай, что же происходило в пчелином дупле.*

Продуманные формулировки рефлексивных вопросов, выполнение которых приводит к необходимости извлекать каждому обучающемуся из текста свой смысл, отличающийся от смысла других, помогают творческому преобразованию учебного материала, приобретению увлекательности самому процессу чтения, проведению сопоставлений, сравнений в рамках выработки критического мышления.

В условиях информационно насыщенного, компьютеризованного мира, в котором мы живем, необходимо, на наш взгляд, усиливать, с одной стороны, значимость социального опыта в целом и индивидуального опыта в частности для самореализации и самовыражения языковой личности; с другой – всемерно развивать основанное на первом факторе природное стремление учащихся к познанию себя и окружающего мира средствами второго языка.

Важно подчеркнуть, что через рефлекссию происходит зеркальное отражение и самого обучаемого, и того текста, с которым он работает. Следовательно, метод бахтинского диалога позволяет перенести акценты со знаниевой парадигмы на развитие творческих возможностей обучающегося, когда на первый план выступают не внешние, а внутренние мотивы, когда он соотносит учебный текст со своим (пусть даже небольшим) жизненным опытом, так как это отвечает его природному стремлению к саморазвитию, к самореализации.

Таким образом, предлагаемый нами подход отвечает гуманизации процесса обучения и еще раз подтверждает тот факт, что обучение, особенно другому языку – это прежде всего творчество. И это должно быть самым главным девизом любого занятия, урока изучения другого языка, на котором доминирует *развитие* личности обучающегося, развитие его личностных качеств, а не простое получение знаний, умений и навыков.

### Литература

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – 446 с.
2. Гачев Г.Д. Национальные образы мира: Общие вопросы. М.: Сов. писатель, 1988. – 396 с.
3. Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Культура», 1992. – 416 с.
4. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2-х т. Т.1. – М.: Педагогика, 1989. – 485 с.
5. Рубинштейн С.Л. Человек и мир. – М.: Наука, 1997. – 191 с.
6. Соловейчик С. Педагогика для всех. – М.: Детская литература, 1989. – 367 с.
7. Тейяр де Шарден П. Феномен человека: Пер. с франц. – М.: Наука, 1987. – 240 с.
8. Философия: Энциклопедический словарь. – М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. – 1072 с.
9. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук (Для научных библиотек). – М., Прогресс, 1977. – 407 с.
10. Щедровицкий Г.П. Коммуникация, деятельность, рефлексия // Исследование речемыслительной деятельности. – Алма-Ата, 1974. – С.12-28.
11. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, Ленинградское отделение, 1974. – 428 с.

**Кроо К., Касымова Р.Т., Сарсекеева Н.К.**

#### **Возможности рефлексии как способа интерпретации и анализа нового знания на занятиях по русскому языку в средней и высшей школе Венгрии и Казахстана**

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной проблеме рефлексии в учебной деятельности учащихся. Особое внимание уделяется диалогической модели обучения русскому языку, а также рассмотрению способов формирования рефлексии как одного из важных механизмов учебной деятельности. Это позволяет осуществить переход от знаниевой парадигмы на развитие творческих возможностей обучаемого, когда на первый план выступают не внешние, а внутренние мотивы. Формирование рефлексии способствует переводу учащегося с объекта педагогического воздействия на активный субъект обучения. С одной стороны, ученик выполняет определенные учебные действия и приобретает новый опыт, с другой – учитель ставит его в такие условия, когда ему необходимо осмыслить свои действия, что позволяет превратить их в новые знания.

**Ключевые слова:** рефлексия, учебная деятельность, текст, коммуникация, диалог.

**Kroo K., Kasymova R.T., Sarsekeeva N.K.**

**Possibilities of reflection as a way of interpreting and analyzing new knowledge in Russian language classes in secondary and higher schools in Kazakhstan and Hungary**

**Abstract.** The article is devoted to the actual problem of reflection in the educational activity of students. Particular attention is paid to the dialogical model of teaching the Russian language, as well as to the ways of forming reflection as one of the important mechanisms of educational activity. This allows you to shift the emphasis from a knowledgeable paradigm to the development of the creative abilities of the learner, when the foreground is not external, but internal motives. Formation of reflection facilitates the transfer of the student from the object of pedagogical influence to the active subject of instruction. On the one hand, the trainee performs certain learning activities and acquires new experience, on the other hand, the teacher places him in such conditions when he needs to comprehend his actions, which makes it possible to turn them into new knowledge.

**Key words:** reflection, educational activity, text, communication, dialogue.

**Кроо К., Касымова Р.Т., Сарсекеева Н.К.**

**Қазақстан және Венгриядағы орта және жоғары оқу орындарында орыс тілінде жаңа білімді интерпретациялау және талдау әдісі ретінде рефлексия мүмкіндіктері**

**Аңдатпа.** Мақалада студенттердің білім беру қызметінде көрсетілудің өзекті мәселесіне арналған. Орыс тілін оқытудың диалогтық моделіне, сондай-ақ рефлексияны білім беру қызметінің маңызды механизмдерінің бірі ретінде қалыптастыру жолдарына ерекше назар аударылады. Бұл білім парадигмасынан білім алушының шығармашылық мүмкіндіктерін дамытуға, алдағылардың сыртқы емес, ішкі мотивтерге көшуіне мүмкіндік береді. Көрінуді қалыптастыру оқушыны педагогикалық әсер ету объектісінен оқытудың белсенді пәніне көшіруді жеңілдетеді. Бір жағынан, оқушы белгілі бір білім беру іс-шараларын өткізіп, жаңа тәжірибе жинақтайды, ал екінші жағынан, мұғалім оқушыны өз әрекеттерін түсіну қажет болған кезде оны жаңа білімге айналдыруға мүмкіндік беретін жағдайға орналастырады.

**Түйін сөздер:** рефлексия, білім беру қызметі, мәтін, байланыс, диалог.

Кудрявцев В.Т.

### Парадоксы свободы

Свободу нельзя «ни дать, ни взять». Она – не данность, а всегда парадоксальная задача. За ее парадоксальностью скрываются ключевые противоречия человеческой жизни (истории, «биографии»). В принципе, это – очевидно. Неочевиден порой способ разрешения этих противоречий и соответственно – решения задачи, за которой они стоят и с которой человек всякий раз сталкивается заново.

#### Отженись от вождя

Один мой знакомый рассказал историю – со слов своего отца, поскольку относится она ко временам самой нежной части детства, которые в памяти каждого из нас подернуты защитной сладкой дымкой.

Когда Сереже (а так зовут моего знакомого) было 6 лет и он посещал садик, почил Л.И.Брежнев. В те дни воспитатели устраивали поминальный политпросвет среди детей. Спрашивали, кто такой Леонид Ильич, чем славен и т.п. А за правильные ответы награждали маленького отличника политической подготовки – смех и грех! – конфеткой. И вот очередь дошла до Сережи:

- Так кто же такой Леонид Ильич?

Сережа задумался.

- Сереженька, Леонид Ильич – это наш вождь!

И тут Сережу прорвало:

- Мы что – индейцы? Леонид Ильич – не вождь, а генеральный секретарь ЦК КПСС!

...А ведь, как точно заметил умный мальчик. Вождизм – это раннеязыческое. Вождь – это из чего-то, пусть не самого пещерного, но явно родоплеменного. Дальше только вожак. Вождь может быть у племени, толпы, клики. Но не у сообщества разумных индивидов. В новейшее время вожди имели место только в СССР, Северной Корее, да гитлеровской Германии. Даже в Китае был Великий Кормчий, который вел своей

небесный корабль в полном соответствии с этнорелигиозным мировоззрением его экипажа. Это ближе к императору. А у нас, похоже, не доросли даже до царя. Поэтому так грустно забавляет уважаемый мной Никита Сергеевич.

Что там благодостный и умиротворенный царь-батюшка – в России всегда льнули, прижимались именно к вождю. Чтобы вслед за ним с гиканьем и улюлюканьем смести очередной форт чьего-то сравнительного благополучия. И сейчас многие бессознательно ищут, к кому бы такому прижаться, да только «настоящих буйных мало, вот и нету вожаков». И прижимаются к теням, призракам, видениям вождей, которые сами и продуцируют.

Напомню Александра Пятигорского: «Я думаю, что сама свобода реализуется в полном освобождении, только не от служб безопасности и не от крательных органов, а от шаблонов вульгарного политического мышления, из которого 90 процентов «политически мыслящего» населения не может выйти» [4 с. 55]. И один из основных интеллектуальных шаблонов-вульгаризмов – это «архетип вождя».

...Отженись от вождя, а самое главное и самое сложное – от собственной веры и (это еще сложнее) тяги верить в него. Взамен обретешь разум – как минимум, царя. В собственной голове.

### **Свобода и рабство. Дух и право**

Одна из самых нелепых и трагических попыток в истории человечества – это попытка надления свободными правами рабов по духу. Вроде бы очевидно: освобожденный раб и своим освобождением распорядится по-рабски. Тем не менее, такие попытки носят хронический характер в истории.

Объявляется свобода любви в обществе евнухов – евнухам с этой свободой надо что-то делать. Особенно если это объявление имеет силу политического решения, – а так чаще всего и бывает. И тут евнухов порой приходится даже пожалеть – они ведь не просили этой свободы. Как и многие рабы – освобождения. Рабов с чуть более развитым сознанием обрушившаяся невесть откуда свобода даже невротизирует. Ибо лишний раз утыкает носом в собственные ограничения.

В 1931 г. немецкий врач Макс фон Зендем удалил катаракту нескольким слепорожденным детям. Вся остальная зрительная

система функционировала у них в норме. Однако в течение первых дней после операции видимый мир оставался для этих детей лишенным всякого смысла: знакомые предметы – трость, стул и др. – они узнавали только на ощупь. Только за счет специальной тренировки дети обучались видеть вещи, но их зрение и в дальнейшем не смогло достичь нормального развития. Известны и случаи удаления катаракты слепорожденным в зрелом возрасте. Многие из них пережили шок, умоляли врачей надеть им на глаза повязки, а некоторые предприняли попытку суицида... Так и со свободой.

Свободное право нужно рабу только для одного: для того, чтобы осознать ограниченность своего рабского существования и расстаться с ним раз и навсегда.

Это – просто инструмент, средство, а не цель. Люди же, часто оставаясь рабами по духу, упиваются своими свободными правами. Хорошо, если бы упивались только в созерцании. К сожалению, как правило, упиваются в действии. Хочется попробовать и то, и это. А на ком пробовать? Нередко – на других людях, которые становятся заложниками упражнений освобожденных рабов.

Невозможное втолковать рабу, что его свобода начинается с почитания свободы другого. Он ведь не понимает, что есть его собственная свобода. В лучшем случае представляет ее в виде совокупности прав и полномочий, которыми его кто-то наделил. Отними их – и от «свободного человека» ничего не останется, ибо на его месте всегда был раб. Или, наоборот – избавь его от оков и вериг, в рабском сознании ничего не изменится. Облегченные руки и ноги еще не принадлежат господину. Для этого необходима собственная («господская») голова, которая их и все прочее научит действовать свободно. А без нее возможен только хаос телодвижений, порой – разрушительных, саморазрушительных...

Все-таки мудро додумалось человечество пеленать детей. Пеленать, не перепеленовывать. Только так ребенок может сдерживать захлестывающий его поток беспорядочных движений ручонкам и ножонкам, природных телесных импульсов, которым он – не хозяин. Пеленание внешне выглядит как «порабощение». Но через него дитя получает первый опыт изживания самой тяжелой зависимости – от силы, которая манипулирует им

изнутри. Веди в пучине «внутренних» импульсов можно поздно захлебнуться и потонуть, если своевременно не вырваться из нее. Пеленки – здесь что-то вроде спасательного круга. В какой-то момент от него зависит жизнь, но ведь надет-то он не навсегда.

Так и пеленки рано или поздно развяжут. Чтобы ручки и ножки в итоге научились совершать разумные, осмысленные человеческие действия. Ручки – что-то созидать, а ножки – обеспечивать в буквальном смысле «самостояние» и прямохождение. Т.е. то, с чего, по сути, и начинается человеческая свобода. Которую нельзя ни «дать», ни «взять».

### **Внешний контроль изнутри**

Людские души порой перенаселены «внешними контролерами», которых люди сами подселяют себе внутрь. Иногда просто выдумывают. Вот этого ревизора вы вынесли из детства. Он выламывал вам руки, унижал, глумился над вами. Вы его ненавидели и не раз мечтали отомстить. И что? Теперь он спокойно живет внутри вас и оттуда, изнутри диктует вам, что и как делать. Теперь он стал еще и наставником. А если у вас не получается – бьет еще сильнее, чем в детстве. Только если в детстве можно было убежать от него, забиться куда-нибудь на чердак или в подвал, то от этого не скроешься – он всегда с вами.

А этот? ...Вам однажды показалось, что другие только и ждут, чтобы вы делали так, а не эдак. Вот он и надзирает за вами и, если что, осуждает голосами других. А ведь вы даже не пытались проверить, насколько он правомочен говорить от их имени. Просто показалось...

Что там «внешние контролеры»? В иных внутренних мирах функционируют целые контрольно-ревизионные органы и карательные службы. Каждодневно подтачивая, разъедавая, разрушая эти миры. Не только те, в которых они завелись, но и сопредельные. Вбивая в людей комплексы, срывая их в неврозы, вызывая у них психосоматические заболевания.

Кому и для чего они нужны, эти подселенцы, эти фантомы? Слабому, погружившему себя в защитный сон от жизни сознанию. Как бы ни изнурял их внешний контроль изнутри, – это цена, которую такое сознание заплатило за то, что оно переложило на них основной объем своей ответственности, освободило себя

от мук сомнения и совести. А «внешним контролерам», в свою очередь, ответственность, сомнение и совесть не только не нужны – враждебны. Ибо все вместе это и есть живое, бодрствующее, работающее сознание. Оно ведь не испытывает нужды во внешнем контроле и контролерах. Как изнутри, так и, собственно, извне. Кстати, те, кто реально стремится манипулировать людьми, всегда опираются на помощь «внешних контролеров внутри». Они находят в них агентов своего влияния на объект манипуляции. И, по сути, становятся их хозяевами в отличие от тех, в ком эти контролеры живут.

Единственное, что можно противопоставить всему этому, – полноценное сознание, ответственное, совестливое, сомневающееся.

И решающий акт сознания – сознательный и свободный акт человека состоит в том, чтобы вышвырнуть из своего мира контролеров-подселенцев, навсегда закрыв им дорогу в этот мир.

Но человеческое самосознание склонно к... оборотничеству.

### **Оборотничество – феномен самосознания**

Оборотничество – обратная сторона дара самосознания, следствие, а в некоторых случаях – издержка его развития.

Первая форма рефлексии исторически воплотилась в мифе с его «универсальным оборотничеством» (А.Ф. Лосев). «Классик темы» – Люсьен Леви-Брюль крепко заблуждался, когда написал о первобытном мышлении в своем одноименном труде: оно не знает противоречий, да и различий толком не знает. Человек бесконечно смешан со всем миром. Индеец из Амазонии утверждает: я – попугай арара... А Бальзак добавляет: «Мадам Бовари – это я». Я – тотемное животное, или просто животное, растение, бульжник etc, потому что у нас – общий тотем, тотемический предок. Извините, а как я разгляжу в себе самого себя, если не стану попугаем, бульжником... Мадам Бовари, в конце концов?...

Все – по «хрестоматийному» Марксу:

*«Так как он [человек] рождается без зеркала в руках и не фиктеанским философом: «Я есмь я», то человек сначала смотрится, как в зеркало, в другого человека. Лишь отнесясь к человеку Павлу как к себе подобному, человек Петр начинает*



*относиться к самому себе как к человеку. Вместе с тем и Павел как таковой, во всей его павловской телесности, становится для него формой проявления рода «человек»» [3, с. 42].*

И по Жану Полю Сартру (так и оставшемуся марксистом в ряде принципиальных пунктов философствования):

*«...Субъективность, постигаемая как истина, не является строго индивидуальной субъективностью, поскольку... в cogito человек открывает не только самого себя но и других людей. В противоположность философии Декарта, в противоположность философии Канта, через «я мыслю» мы постигаем себя перед лицом другого, и другой так же достоверен для нас, как мы сами. Таким образом, человек, постигающий себя через cogito, непосредственно обнаруживает вместе с тем и всех других, и притом – как условие своего собственного существования. Он отдает себе отчет в том, что не может быть **каким-нибудь** (в том смысле, в каком про человека говорят, что он остроумен, зол или ревнив), если только другие не признают его таковым. Чтобы получить какую-либо истину о себе, я должен пройти через другого. Другой необходим для моего существования, так же, как и для моего самопознания» [5, с. 34].*

Только на месте сартровского ‘cogito’, у Маркса, разумеется, стояла бы «деятельность».

И еще. Думается, Сартр не очень справедлив к Канту. Как и Маркс – к Фихте. Но это – уже вне формата нашей статьи.

Внутри первобытного рода индивиды еще не способны схватить различия друг друга, т.е. воспринять индивидуальность ближнего как основание их общности (единственное, в чем прав Леви-Брюль). И Я, точнее – МЫ, ищет alter ego в *другом роде* – да в том же попугайском (то, что логики потом назовут основанием рефлексии).

Это порой требует совместного поедания тотемического животного (равно как и затем – себе подобного, поначалу вовсе не подобного), которое приходится убить. Охота на него обставляется как пир, на который зазывают званного гостя – жертву. Следы этого проступают в более поздних охотничьих ритуалах.

Пусть чужую кровь, чтобы впустить как свою...

Это «кровопускательство» и «кровосмешительство» только для того и нужно, чтобы найти себя, затерянного для сознания в мире, определить свое – «свободное» – место в нем.

Отличие любого другого из известных нам живых существ для человека это место – не данное, а искомое в задаче под названием «история». Как, впрочем, и в задаче под названием «судьба».

Оборотничество – древнейшая «техника» самосознания. Древнейшая и не единственная.

Тут, как в композиции, которую замечательной художник-иллюстратор В. Фаворский просто и точно определил: это – когда *одна часть рисунка помнит другую*. Но представим, что все части рисунка превращаются в сплошное «вспоминания» друг о друге. Получим «дурной» символизм, о котором писал О.Мандельштам:

«Все преходящее есть только подобие. Возьмем, к примеру, розу и Солнце, голубку и девушку. Для символиста ни один из этих образов сам по себе не интересен, а роза – подобие Солнца, Солнце – подобие розы, а девушка – подобие голубки, а голубка – подобие девушки. Образы выпотрошены как чучела и набиты чужим содержанием... Ничего настоящего, подлинного... Роза кивает на девушку, девушка на розу. Никто не хочет быть самим собой» [2, с. 182-183].

Получим антипод самосознания, сегодня часто скрывающийся в виде его «симулякров».

При поедании святынь мы уже присутствуем. Но оно не оправдывается даже древним «культурным» мотивом. Разве что – интеллектуальным уровнем, ему соответствующим.

### **Свобода и творчество**

Свобода и творчество – разные «фокусы жизни», их совмещение происходит куда реже, чем кажется и, уж точно, не является данностью.

Иначе, личности, к примеру, не превращались бы в заложников своего дара, в его функцию, как часто случается. Не растрчивали бы свою «творческую зрелость», яркую и вполне продуктивную, на преодоление «детского комплекса» – «комплекс вундеркинда». Источника одной из самых болезненных форм зависимости. От капризов своей бесхозной креативности, от ее «импульсов».

Не бывает импульсов внешних и внутренних. Неуправляемое – всегда внешнее. Расстройство пищеварения выливается в массу импульсов, исходящих от тела, т.е., вроде бы, изнутри, но не имеет ник малейшего отношения, скажем, к доказательству математической теоремы. А, предположим, для актера – это не импульсы, не «живот», а живой опыт, который ему предстоит художественно пережить. Но он же не колики переживает, а состояние души, которым управляет в своей игре.

Не бывает внешней и внутренней свободы. *Свобода только внутри, подобно тому, как импульс только вовне*, откуда бы он ни исходил фактически. «Вовне» – не значит: отдельно от человека. Импульс – в конечной инстанции, всегда «артефакт» человеческой жизни, в чем все коварство. Мир без человека не содержит никаких импульсов и, тем более, не транслирует их.

Свободный человек отличается от несвободного лишь одним – он «не реагирует» на импульсы, особенно, там, где они ощущаются как «глубоко внутренние» или, напротив, принимаются за «объективную необходимость».

И свобода не требует какой-то дополнительной «свободной силы» («свободной воли») для своей реализации. Сила – в самой свободе от импульсов прежде всего на этих полюсах. На Востоке это было давно осмыслено в иных терминах. Поэтому, допустим, творчество в Древнем Китае требует не самовыражения, а «уважения к тьме вещей». И нет расхождения двух «фокусов жизни» – свободы и творчества.

#### Литература

1. Кудрявцев В.Т. «Особый дар» (о специфическом в одаренности) // Современное детство: психолого-педагогическая поддержка семьи и развитие образования: сб. материалов I Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 16–18 апреля 2018 г. М., 2018. С. 176–185.
2. Мандельштам О.Э. Собр. соч. М., 1991. Т. II.
3. Маркс К. Капитал // Соч. Т. 23. М., 1960.
4. Пятигорский А. Что такое политическая философия: размышления и соображения. Цикл лекций. М., 2007.
5. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм. М., 1953.

**Ключевые слова:** свобода, контроль, внешнее, внутреннее, самосознание, импульс.

Сарсекеева Н.К., Демченко А.С.

**Методика иммерсивного чтения текста на занятиях  
со студентами-филологами  
в Казахском Национальном университете  
имени аль-Фараби**

По словам известного ученого Н.Л. Лейдермана, благодаря литературе происходит воспитание «личности с широким взглядом на мир» [1]. Такое воспитание должно быть систематизированным и последовательным. Элективный историко-литературный курс «Методика изучения архетипа «ДОМ» в современной русскоязычной казахстанской прозе», разработанный нами для студентов филологического профиля, опирается на ряд методов, отобранных в процессе учебной деятельности с целью наиболее эффективного погружения личности в художественный текст. По нашему убеждению, чтение – это уже *метод*, причем метод синкретический. Но главная задача преподавателя литературы, по мнению Ю.М. Лотмана – предоставить аудитории арсенал средств для *археологии текста* с тем, чтобы каждый субъект педагогического процесса сформировал не только базовые знания и ряд конкретных навыков, но и усвоил принцип выводного знания – то есть способность эксплицировать *онтологически значимое* для себя, делая его частью своего жизненного опыта и личностной аксиологии [2]. В широком смысле, это и есть воспитание личности литературой. Наша основная, совместная со студентами цель – «читать литературу, а не проходить ее», как определила это известный психолог и педагог М. Чудакова.

Почему мы настаиваем на фундаментальном и при этом личностно-ориентированном (персональном) понимании текста при чтении? Потому что его недостаток, спровоцированный, в свою очередь, недостатком первичного знания, может привести к настоящей коммуникативной катастрофе. Наше общество со всех сторон атаковано информацией. Колоссальность информационных массивов, умноженная на многократно увеличенный темп

жизни Человека Воспринимающего, создает у индивида иллюзию широкого выбора, но при этом требует от него значительных сокращений мыслительных усилий. Языковая личность зачастую реагирует на внешние импульсы шаблонно и схематично, становясь *victim flexibus* – жертвой манипуляции. Мы можем научить студентов обходить подобные ментальные ловушки, привив им навыки самостоятельного суждения, и литература способна оказать нам в этом неоценимую помощь.

Как показали новейшие исследования, аффективность литературного произведения приближена к аффективности мифа. В частности, зарубежные ученые А. Кузмицова, А. Манген и др. установили прямую корреляцию между чтением художественного произведения и эмпатией [3, 149]. По нашему глубокому убеждению, художественная литература, особенно отечественная, несет в себе огромный эмпатический заряд, крайне необходимый стране для ее мирного и успешного существования.

Неслучайно вот уже много лет в образовательной программе факультета филологии и мировых языков КазНУ им. аль-Фараби присутствуют элективные курсы, призванные познакомить будущих бакалавров с культурой – и культурами – художественного текста («Русская литература Казахстана», «Русская проза Казахстана», «Традиции и новаторство русской литературы Казахстана» и др.). Литературное наполнение спецкурсов вариативно: хорошо известные, классические тексты (в частности, произведения И. Шухова, Г. Бельгера, О. Сулейменова, С. Санбаева, М. Симашко и др.) скомбинированы в них с достижениями новейшей казахстанской литературы (творчество А. Жаксылыкова, А. Кодара, Н. Веревошкина, Д. Накипова и мн. др.) в самых разных жанрах и направлениях.

Совместно с коллегами из РУДН (Москва, Россия) нами разработана и предложена методика работы со студентами, которую мы назвали *иммерсивным чтением*. Иммерсивное чтение не равнозначно медленному чтению; оно направлено на реализацию несколько иных умений читающего, но, в первую очередь, построено на концепции субъект-субъектной проработки исследуемого материала (с преподавателем и в группах). Таким образом, работа в аудитории проводится в три этапа: дотекстовая подготовка, собственно погружение (иммерсия), рефлексия. Поясним подробнее.

Иммерсивное чтение текста требует от воспринимающего сознания студентов существенной работы. При первом погружении в художественный мир инокультурного русскоязычного автора, будь то вербальный оттиск восточной созерцательности (например, толгау С. Санбаева) обнаруживается большое количество лакун, препятствующих дальнейшему движению «внутри» текста. Лакунарностью (или «нулевым значением») могут обладать как собственно лексические единицы (слова, обозначающие предметы быта, элементы вещественного мира культуры и природного мира этноса), так и целые художественные комплексы, включая архетипы, метафоры, развернутые иносказания, типажи, архитектуру и даже жанр. На этом этапе целесообразно, на наш взгляд, использовать метод герменевтического комментария, к каждому произведению разрабатывается собственная система культурологических пояснений. Подобные примеры комментирования представлены в нашей работе [4].

Следующий этап – стадия типизации – подразумевает выстраивание определенной парадигмы текстов (по автору, культуре, жанру и пр.). Со временем слушатели курса понимают, что художественная концептуализация действительности в каждом «культурном случае» апеллирует к неким обобщенным чертам, жанровым константам и архетипическим комплексам, свойственным той или иной этнической самости. Так, «фотографичность» – черта, свойственная большинству тюркских русскоязычных текстов, а причинно-следственность (как на уровне сюжетики, так и на уровне синтаксиса) очень важна для российских немцев (таких, как Г.К. Бельгер).

Далее следует этап дифференциации – попытки установить в произведении те аутентичные черты текста, которые не свойственны ни русской, ни собственно национальной культурам. Эта стадия, однако, неразрывно связана со стадией гносеологической интеграции, когда текст уже не препарируется (анализируется), но рассматривается как синергетическое пространство, внутри которого существуют усложненные, «небывалые» прежде образы мира (например, архетип «ДОРОГА ДОМОЙ», ключевой для творчества Г. Бельгера).

Наконец, заключительный этап работы с текстом (рефлексивный) – дискуссия – позволяет определить, произошло ли у адре-

сатов смещение «аксиологической оси» и, если да, то какова общая тенденция в данном случае. Наша практика показывает, что «радость узнавания» иной культуры (О. Манделштам), весьма позитивно сказывается на обучающихся. Материал оказывается для них в необходимой степени сложным за счет включения многочисленных инокультурных «неизвестных», однако не становится непреодолимым коммуникативным препятствием, так как был предварительно проработан ими и прокомментирован преподавателем, ведущим курс.

Как отмечает известный педагог Д. Дирксен, ситуация *преодолимой сложности* очень благоприятна для слушателей [5,104]. Они осуществляют работу над собой, продолжая находиться в приемлемых для себя условиях общего комфорта, что повышает их внутреннюю мотивацию. Последняя, в свою очередь, способствует намеренному повторению подобных ситуаций, а повторение формирует навыки – практическое применение полученных знаний в повседневной жизни.

В нашем случае, толерантность – это тоже *навык*. А значит, преподавание отечественной новейшей литературы должно стать *ординарным* в системе школьного и высшего образования Казахстана – по крайней мере, если совместное жизнеположение народов остается нашим приоритетом. Востребованность такой работы обусловлена также необходимостью выработки у слушателей более четких ориентиров в осмыслении сложной панорамы литературно-культурного развития Казахстана конца XX – начала XXI в.в., как того требуют Государственные программы [6; 7].

#### Литература

1. Лейдерман Н.Л. Русскоязычная литература – перекресток культур // Филологический класс. 2015. №3 (41). Электронный ресурс URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/russkoyazychnaya-literatura-perekrestok-kultur> (дата обращения: 06.05.2018).
2. Лотман Ю.М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров. Часть 2. Электронный ресурс URL: <http://www.uic.unn.ru/pustyn/lib/lotman.ru.html>
3. Kuzmicova A., Mangen A., Stole H., Begnum A.C. Literature and readers' empathy: A qualitative text manipulation study. *Language and Literature*. 2017. Volume: 26 Issue: 2 Pp. 137-152.
4. Демченко А.С. Методические указания и рекомендации по изучению архетипа «ДОМ» в современной русскоязычной казахстанской прозе (по произведениям И. Шухова, Г. Бельгера, Н. Веревошкина).- Алматы: Қазақ университеті, 2018.- 69 с.

5. Дирксен Дж. Искусство обучать. Перевод с англ. О. Долговой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 312 с.
6. Государственная Программа «Культурное наследие». – Астана, Указ № 1277 от 13.01.2004.
7. Государственная программа развития образования в РК на 2005 – 2010 гг. Утверждена Указом Президента РК от 11 октября 2004. – №1259.

**Сарсекеева Н.К., Демченко А.С.**

**Методика иммерсивного чтения текста на занятиях со студентами-филологами в Казахском национальном университете имени аль-Фараби**

**Аннотация.** В статье рассмотрена методика иммерсивного чтения, используемая на занятиях со студентами-филологами КазНУ им.аль-Фараби. Авторами предложены собственные наработки на примерах из элективного специального курса «Методика изучения архетипа Дом в современной русскоязычной казахстанской прозе». Выделены и подробно описаны этапы работы с художественным текстом, способствующие формированию практических навыков и умений.

**Ключевые слова:** метод, текст, иммерсия, рефлексия, архетип Дом, герменевтический комментарий, дискуссия

**Sarsekeeva N.K., Demchenko A.S.**

**The method of immersive reading of the text in class with students-philologists in the Kazakh National University named after al-Farabi**

**Андатпа.** The article considers the immersion reading technique used in the classroom with students-philologists of KazNU named after al-Farabi. The authors offer their own experiences on examples from the elective special course “Methods of studying the archetype House in modern Russian-language Kazakh prose.” The stages of work with the artistic text that contribute to the development of practical skills and abilities are singled out and described in detail.

**Key words:** method, text, immersion, reflection, archetype House, hermeneutic comment, discussion

**Сарсекеева Н.К., Демченко А.С.**

**Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің студент-филологтарымен сабақта мәтінді тереңірек оқып үйрену әдісі**

**Андатпа.** Мақалада Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-нің студенттері-филологтарымен сабақта қолданылатын суға батуды оқу әдістемесі қарастырылған. Авторлар «Қазіргі орыс тіліндегі қазақ прозасының заманауи архетиптер үйін зерттеу әдістемесі» элективті арнайы курсының мысалдарына өз тәжірибелерін ұсынады. Тәжірибелік дағдылар мен қабілеттерін дамытуға көмектесетін көркем мәтінмен жұмыс жасау кезеңдері егжей-тегжейлі сипатталады.

**Түйін сөздер:** әдіс, мәтін, суға батыру, рефлексия, архетип үйі, герменевтық түсініктеме, пікірталас



Султанбаева Г.С., Велитченко С.Н.,  
Ложникова О.П.

### «Мәңгілік ел» как идеологическая платформа национальной идеи Казахстана

На сегодняшний день формирование национальных ценностей как одной из составляющих интеллектуальной нации – это социальный процесс. Ориентация на национальные ценности, социально-политические изменения в стране поставила на повестку дня вопросы формирования, развития, становления, воспитания патриота, гражданина, специалиста. Сегодня одним из стратегических трендов развития Казахстана является новый казахстанский патриотизм. Как известно, в Послании Президента страны **«Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее»** определена национальная идея Казахстана – «Мәңгілік Ел». Это вечная земля, на которой живет трудолюбивый, гостеприимный, толерантный народ, завоевавший независимость и возможность самому строить свою историческую судьбу. Идея «Мәңгілік ел» берет свое духовное начало с древних времен. Можно вполне утверждать, что великий аль-Фараби теоретически обосновал концепцию «Мәңгілік ел» в своих работах «О взглядах жителей добродетельного города», «Гражданская политика», «Афоризмы государственного деятеля».

В Казахстане, который находится на пути инновационного развития и который поставил перед собой стратегическую цель вхождения в ряды 30 развитых стран мира, национальная идея «Мәңгілік ел» станет важнейшим идеологическим направлением. Национальная идея «Мәңгілік ел» является результатом исторического развития общества, развития национального сознания. Президент РК Н. Назарбаев направил идею мобилизации «Мәңгілік ел» своему народу как главное идеологическо-инновационное направление [1].

«Одна из главных задач нашего государства сегодня – воспитание поколения, хорошо знающего традиции родной культуры, любящего историю своего народа – поколения, которому

можно доверить будущее страны. С обретением независимости Казахстан укрепил экономику, признан во всем мире. В стране растет активное и целеустремленное молодое поколение, свободно владеющее несколькими языками, освоившее современные информационные технологии. Но где гарантия, что это не будут чуждые чаяниям народа технократы, не знающие родной истории, своих корней, не осознающие себя наследниками и продолжателями великой степной культуры? Молодое поколение, не усвоившее духовные ценности своего народа, уроки родной истории, может захлебнуться волной глобализации и пойти на поводу различных догматических течений. Это означает, что наш долг – воспитать молодых казахстанцев в духе патриотизма, любви к родному народу», – отметил Президент Казахстана [2].

В Казахстане на государственном уровне ведется большая работа по охране нематериального культурного наследия. Создан Национальный комитет по охране нематериального культурного наследия (НКН), куда вошли видные ученые, исследователи, представители госорганов. Был разработан и одобрен проект Концепции по сохранению НКН. Сейчас рассматривается Национальный план мероприятий по защите НКН. Благодаря работе комитета был собран национальный перечень нематериального культурного наследия, в который на данный момент входит 18 элементов, включенных в список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Среди них – каражорга, күй. Поданы заявки на утверждение таких номинаций, как «Юрта» и «Айтыс».

Медиаресурсы государства, транслируя информационные потоки по заданным направлениям, играют значительную роль в трансформации духовной жизни людей, формируют ценностные приоритеты населения и регулируют их функционирование. Организованное государством медиапространство усиливает властные ресурсы политической системы, позволяет превратить противников в союзников, убедить людей в значимости пропагандируемых ценностей. В условиях реформирования казахстанского общества особую значимость приобретает исследование особенностей влияния средств массовой информации на сохранение традиционных и формирование новых духовных ценностей в информационно-коммуникативном пространстве Казахстана.

Духовные ценности и национальная культура имеют непреходящее значение для развития каждого народа, этноса. Культуру можно представить как огромную лабораторию, в которой создаются общечеловеческие и национальные ценности, собираются воедино достижения человеческого общества с глубокой древности до наших дней. Все эти ценности являются наследием культуры народов. Поэтому знакомство с национальной культурой надо начинать с ее наследия.

Создание духовного общества, основанного на общечеловеческих благах и национальных ценностях, является обязанностью каждого из нас. Сегодня поднятие духа и идеологии страны, формирование патриотических чувств является важной задачей для нашего независимого государства. Для этих целей нам необходима национальная идея, укрепляющая духовные основы нации и высокие цели. В находящемся на пути развития Казахстане проблема духовно – национальной идеи, являющейся основой не только общества и государства, но и информационной политики, остро стоит на повестке дня.

Развитый, образованный, самостоятельный, уверенный в своих силах, успешный и ответственный гражданин – основа и опора свободного и процветающего Казахстана. Новый казахстанский патриотизм является уникальной формулой, которая гармонизирует любовь к родине, традиции и инновации. Фундамент казахстанского патриотизма важен как равноправие всех граждан и ответственность перед Родиной, ее будущим. Новый казахстанский патриотизм выступает интегративной основой общественного сознания полиэтнического народа Казахстана. Новая общественная идеология и новое казахстанское общественное сознание должны сформировать у каждого гражданина Казахстана убеждение, что главной формой богатства страны становится опережающей уровень интеллектуального и духовного развития населения, принимающий форму человеческого капитала и обеспечивающий инновационный процесс в каждой сфере человеческой деятельности.

В становлении Казахстана как конкурентоспособного государства, нации, страны повышение качества человеческого капитала берет начало с активизации и мобилизации национального интеллекта. На повестку дня в научном исследовании «От интел-

лектуальной нации к интеллектуальному потенциалу: разработка информационно-коммуникативных технологии воздействия на массу» был поставлен вопрос о разработке информационно-коммуникативной технологии воздействия на общественность как механизма анализа, определения ближайшего будущего и эффективной реализации информационно-коммуникативных процессов в повышении интеллектуального потенциала и формировании интеллектуальной нации Казахстана.

В рамках применения гуманитарных технологий в осуществлении проекта «Интеллектуальный потенциал страны» с 19 июня 2013 года при финансировании государственной программы Министерства образования и науки РК и в соответствии с соглашением о сотрудничестве между ООН в РК и КазНУ им. аль-Фараби на факультете журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби начала работу студенческая научная экспедиция «Қазақ елі». Весьма примечательно, что название экспедиции явилось своеобразным предвестником исторического Послания Президента Казахстан «Мәңгілік ел». Это свидетельствует о том, что научное исследование не только является актуальным с исторической точки зрения, но и корреспондируется со стратегическими целями идеологической политики государства.

Приоритетное направление уникального проекта – исследование вопросов сохранения и передачи из поколения в поколение нематериальных ценностей народа Казахстана, согласно Международной Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия. Участники экспедиции изучали проблемы регионов, вопросы социального развития сел и аулов «Казахстан после 2015 года» в рамках программы тысячелетия ООН, возможности вхождения Казахстана через информационное пространство в международное десятилетие сближения культур. Также в период экспедиции была проведена информационная кампания «Письмо в аул», посвященная проблемам казахстанских сел и положению сельчан в Мангыстауском, Кызылординском и Семипалатинском регионах. Объявление о научной экспедиции «Письмо в аул» было размещено в социальных сетях, где молодые люди обменивались различной информацией о ситуации в селе.

Экспедиция, проведенная в рамках проекта «От интеллектуальной нации – к интеллектуальному потенциалу: разработка технологии информационно-коммуникативных воздействий на массы» перешагнула формат чисто научного исследования. Она стала практически новой медиаплатформой, на которой молодые люди обменивались информацией о нематериальных ценностях родной страны, рассуждали о патриотизме и сохранении национальной идентичности. Также участие в экспедиции позволило молодым исследователям выразить свои впечатления о поездке в очерках, где повествуется о жизни молодежи в разных регионах Казахстана. Данные очерки являются своеобразным синтезом впечатлений и рекомендаций молодых ученых в концепте формирования интеллектуальной нации на базе духовных ценностей казахского народа. Итоги научных исследований воплощены в «Атласе историко-семиотических ценностей народа Казахстана», который презентован на I Гуманитарном форуме, прошедшем в КазНУ имени аль-Фараби. В данном историческом и информационном документе проведена классификация национальных духовных брендов пяти регионов Казахстана, их сбор в единую базу. Это дает общую систему знаний о национальных традициях, истории и культуре народа, а самое главное – их сохранение и развитие, обмен культурной информацией на уровне региона.

«Атлас историко-семиотических ценностей народа Казахстана» внес свою лепту в список национальных брендов. Кроме того, он позволит молодому поколению казахстанцев лучше узнать духовные традиции и явления культуры, которыми так богата казахская земля.

Важным направлением исследования «Национальная идея «МӘҢГІЛІК ЕЛ»: разработка высших гуманитарных технологий в формировании нового казахстанского патриотизма» было определение общественного мнения, необходимого для разработки информационно-коммуникативных технологий эффективного воздействия, направленного на формирование и развитие нового казахстанского патриотизма. Для исследования данного вопроса были разработаны анкеты, проведена работа в фокус-группах, результаты которых структурированы в диаграммах. Также был осуществлен гуманитарный проект – студенческая научная экспедиция экспедиция «Қазақ елі».

Приоритетное направление данного уникального проекта – исследование вопросов сохранения и передачи из поколения в поколение нематериальных ценностей народа Казахстана, согласно Международной Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия. Участники экспедиции изучили проблемы регионов, вопросы социального развития сел и аулов «Казахстан после 2015 года» в рамках программы тысячелетия ООН, возможности вхождения Казахстана через информационное пространство в международное десятилетие сближения культур. В период экспедиции была проведена информационная кампания «Письмо в аул», посвященная проблемам казахстанских сел и положению сельчан.

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

Отметим, что в Казахстане на государственном уровне ведется большая работа по охране нематериального культурного наследия, которое является главной составляющей концепции нового казахстанского патриотизма. Создан Национальный комитет по охране нематериального культурного наследия (НКН), куда вошли видные ученые, исследователи, представители госорганов. Благодаря работе комитета был собран национальный перечень нематериального культурного наследия, в который на данный момент входит 18 элементов, вклю-

ченных в список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

Экспедиция, проведенная в рамках проекта ««Национальная идея «МӘНГІЛІК ЕЛ»: разработка высших гуманитарных технологий в формировании нового казахстанского патриотизма» перешагнула формат чисто научного исследования. Она стала практически новой медиаплатформой, на которой молодые люди обменивались информацией о нематериальных ценностях родной страны, рассуждали о патриотизме и сохранении национальной идентичности. Данный атлас является своеобразным синтезом впечатлений и рекомендаций молодых ученых в концепте формирования патриотизма на базе духовных ценностей казахского народа.

В рамках применения гуманитарных технологий в осуществлении проекта «Национальная идея «МӘНГІЛІК ЕЛ»: разработка высших гуманитарных технологий в формировании нового казахстанского патриотизма» 17 августа 2015 года при финансировании государственной программы Министерства образования и науки РК и в соответствии с соглашением о сотрудничестве между ООН в РК и КазНУ им. аль-Фараби на факультете журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби начала работу студенческая научная экспедиция «Қазақ елі» («Казахская страна»). Название экспедиции корреспондируется со стратегическими целями идеологической политики государства. Приоритетное направление уникального проекта – исследование вопросов сохранения и передачи из поколения в поколение нематериальных ценностей народа Казахстана, согласно Международной Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия. Участники экспедиции изучали проблемы регионов, вопросы социального развития сел и аулов «Казахстан после 2015 года» в рамках программы тысячелетия ООН, возможности вхождения Казахстана через информационное пространство в международное десятилетие сближения культур. Также в период экспедиции была проведена информационная кампания «Письмо в аул», посвященная проблемам казахстанских сел и положению сельчан в Мангыстауском, Кызылординском и Семипалатинском регионах. Объявление о научной экспедиции «Письмо в аул» было размещено в социальных

сетях, где молодые люди обменивались различной информацией о ситуации в селе. Также участие в экспедиции позволило молодым исследователям выразить свои впечатления о поездке в нижеследующих очерках, где повествуется о жизни молодежи в разных регионах Казахстана.

В общей сложности было вовлечено 500 участников из регионов, в том числе: респонденты, интервьюеры, ученые, деятели культуры, студенты, учащиеся средних учебных заведений.

«Атлас нематериальных ценностей народа Казахстана» внес свою лепту в список национальных брендов. Кроме того, он позволит молодому поколению казахстанцев лучше узнать духовные традиции и явления культуры, которыми так богата казахская земля.

Сегодня актуальным является междисциплинарный объективный подход, нацеленный на изучение и создание объективной истории с древности по настоящее время и нового исторического мышления по развитию казахской государственности на оригинальных первоисточниках, архивах и артефактах. Составление данного атласа нематериальных ценностей обусловлено необходимостью исследования истории и культуры Казахстана в контексте мировой истории во взаимосвязи и взаимодействии, преемственности в истории и культуре казахского народа. Подобные исследования целенаправленно расширяют источниковую базу, позволяют обозначить ряд новых научных проблем. И поэтому богатые коллекции артефактов культуры, документов, мемуаров путешественников имеют непреходящее значение для изучения истории и культуры Казахстана.

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

Бренд является высшим достижением управленческой стратегии и маркетинговой политики. Ведь чтобы завоевать и сохранить популярность, товар, как известно, необходимо индивидуализировать, наделить ассоциациями и образами, придать ему отли-



чительные особенности. Только тогда он будет вызывать к себе устойчивую привязанность. Такой же принцип можно примерить и к разработке гуманитарных технологий, влияющих на формирование духовных ценностей интеллектуального общества. Говоря о применении PR- технологий, можно отметить все три этапа формирования бренда Казахстана как страны, идущей по пути создания интеллектуального общества: позиционирование, определение стратегии и продвижение бренда. К позиционированию относится определение интеллектуального общества как стратегической задачи Республики Казахстан, поставленной Президентом; стратегия развития определяется как поступательное движение к повышению интеллектуального потенциала страны путем развития новых технологий, обеспечением равного доступа граждан Казахстана к информации, устранение информационного неравенства, развитие науки и образования. Что касается продвижения, отметим здесь развитие и популяризацию казахского языка и культуры как онтологических ценностей страны, позволяющих идентифицировать Казахстан в мировом культурном пространстве.

Бренд как социокультурный феномен является целенаправленно созданным культурно-символическим объектом, функционирующим в системе массовых коммуникаций в качестве целенаправленно модифицированном образе. Выразительные средства бренда выстраиваются вокруг смыслового стержня и позиционируют базовые ценности субъекта коммуникации. Как объект социально-культурных коммуникаций бренд является открытой, незавершенной, вариативной системой, семантические смыслы и отношения которой рождаются в различных контекстах – в процессе восприятия элементы языка бренда взаимодействуют в сознании аудитории, обеспечивая резонансное взаимоусиление потенциалов воздействия слова, цвета, графики, персонифицированных атрибутов.

Концепция ресурса образа является тем символическим «инструментом» культуры, с помощью которого культурная система воссоздает и сохраняет свою духовную сущность. Казахский народ, несмотря на возрастающее влияние западных стандартов жизни, почитает и сохраняет свою национальную культуру, придает большое значение сохранению духовных ценностей и тра-

диций. В этом отношении формирование странового брендинга имеет двойственную природу: с одной стороны, бренд обладает значительным культурно-творческим потенциалом, формирующим новый стиль жизни; с другой – сохраняет социально – культурные смыслы, возникающие в аксиологическом контексте культурной реальности. Особое значение играет в этом процессе так называемая «скрытая реклама», популяризирующая целые культурные комплексы типа субкультуры «гламура». Деструктивные тенденции усиливаются в ситуации несформированности гражданского общества с соответствующими традициями влияния на СМИ, снижения влияния на молодежь духовно-нравственных ценностей. Сегодня это приводит к разрушительным процессам как для человеческой личности, так и для культуры в целом. Данная ситуация ставит на повестку дня вопрос о государственном и общественном регулировании тех сфер деятельности, в которых используются социальные технологии онтологической направленности, продвигающие имиджи и бренды, способные модифицировать духовное ядро культуры.

Значительные культурно-символические ресурсы странового бренда ставят вопрос о возможности их использования в позитивном влиянии на человека. Бренд служит способом позиционирования, индивидуализации стиля жизни; средством идентичности и социальной стратификации. Экзистенциальные же функции бренда состоят в том, что он позволяет человеку посредством демонстрации определенных стандартов потребления обрести личностную идентичность, способствует осознанию и корректировке социально-ролевого статуса. В этом смысле бренд сплачивает людей, компенсируя дефицит социальных связей личности. Эту же идею проводит в жизнь Президент Казахстана Н. Назарбаев, подчеркивая, что Казахстан является многонациональной страной, имеющей уникальную историю. А идея евразийства, выдвинутая в свое время также Президентом Казахстана, направлена на обеспечение межгосударственного сотрудничества и интеграции. Национальная идея и идея евразийства рассматриваются не с этнической, а межэтнической точки зрения. Национальная идея Казахстана была сформирована с точки зрения объединения национальностей, живущих в этой стране, с государствообразующей нацией – казахской. Это является мультикультурным стра-

тагемом, в котором могут участвовать все равноправные нации поля евразийского диалога.

Здесь нужно учесть два принципиальных момента:

1) Ассоциации со страной или регионом. Как известно, страна или регион происхождения могут усилить доверие к индивидуальности бренда. Они также способны создать сильную индивидуальность, означая не только высокое качество, но и важный элемент дифференциации, что может привести к разработке эффективных маркетинговых и коммуникативных программ.

2) Сила национальных и культурных стереотипов. Они влияют на восприятие и оценки аудитории. Национальные ценности казахского народа сегодня выполняют не только духовно-культурную, но и консолидирующую функцию. Как известно, важнейшим средством объединения народа является язык. В СМИ Казахстана сегодня иницируются и обсуждаются вопросы об интеллектуальных ценностях, а историческая миссия и информационная политика отечественных масс-медиа заключается в сближении народов, стран, наций.

Страновой брендинг сейчас – важнейший коммуникационный инструмент. И потому генеральное управление брендом и вопросы его стратегии относятся к компетенции политической власти государства.

#### **Литература**

1. Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты. [Электронный ресурс] URL:)
2. Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты. [Электронный ресурс] URL:)

Takhan S.S.

### **Psychologism in A. Kekilbaev's novel *The End of the Legend***

Abish Kekilbayev is a brilliant master of artistic depiction of a human being's inner world in all its complexity, uniqueness and cognitive significance. The unique flair of his psychological writing's palette has to do with the philosophical scale of his comprehension of the fundamental problems of human existence. Causal grounds of a personality's psychological representation in the writer's fictional world are only a part of something more general that can be deemed as the author's metaphysical concept of the spirit's ahistoric existence.

Kekilbayev's psychologism aims to unite history and the present in a living and eternal process, and to actualize the idea of struggling passions and feelings as the only fruitful engine of progress. Historical material underlies such novels, as *The Ballad of Forgotten Years*, *The Well*, *The Contest*, *The Hatyn-Gol Ballad*, *The End of the Legend* (1), however, the unique synthesis of the past and the present actualizes the meaning of events revived by the force of literary imagination in a way that one is justified in saying that they represent the modern national philosophy of existence. The centuries-old criteria of good and evil engrained in the national consciousness of the Kazakhs, which combined positive ethical and aesthetic categories into a single spiritual world are figuratively embodied in the psychologically loaded descriptions of the inner searches of characters from the distant past.

To the full, psychologism as the dominant feature of Kekilbayev's individual style is manifested in the novel *The End of the Legend*, which completed a certain stage of his artistic search for ways of synthesizing history and modernity.

The precise definition of the main feature of the novel's psychologism is given by S. Musina, who notes that "the writer chose as the core of the plot the movement of protagonists' thoughts and feelings, that is, he depicted a lively work of the consciousness, which is reinforced stylistically as well – the novel is written using the "technique of the spectrum of consciousness," which is alternated

by fragments written in the “I-form”...Conveying the consciousness stream is the basic structural principle...” (2; 12).

The novel establishes linkages between internal monologues of the protagonists who have long been involved in events related to the construction of a minaret. The historical background behind these events is a legendary story of the construction by the eastern ruler of the XIV century Timur (Tamerlane) of a cathedral mosque in Samarkand. According to one version, it was built by Bibi-khanum, Timur’s beloved wife and “daughter of the Chinese emperor”, as a surprise for Timur, who was in India at the time. To reward the architect, who was not in a hurry to complete the work by Timur’s return from India, Bibi-khanum promised to fulfill a condition set forth by the architect who was in love with her. The construction of the mosque was completed, and the young man came to demand rewards. The Queen covered her cheeks with her hands, but the kiss was so passionate that it burned her cheek. When Timur came back, he saw the mosque and a kiss imprint on the queen’s cheek. He ordered the execution of the architect, but the latter, having been warned, had managed to disappear.

The mythopoetic basis of the plot condenses the semantics of words in the narrative structure of the novel, lending it a folk tale feel. The internal monologues are cleansed of repetition, fragmentation and associative word linkages characteristic of a thought process, and are the author’s summarization of the heroes’ thoughts, which don’t shy landscape deviations, a cursory invocation of events preceding the thought impulse, and the plastic pictures of the life and customs of the medieval East.

In accordance with the author’s concept of personality, at the forefront is the character of the Great Ruler, in whom one guesses the historical figure of Emperor Timur. Kekilbayev’s Great Ruler, who has succeeded in the art of governing subservient peoples and increasing already vast lands, suffers a severe defeat in striving to establish his individualistic philosophy, so the author pays close attention to the world of his thoughts, feelings and emotions. The inner world of the Ruler reveals itself through the author’s narrative, which sometimes turns into the character’s free indirect speech. This form of internal monologue allows the author, when necessary, to single out the universal philosophical definitions in the autocrat’s ruminations. It is enough for him to replace the third person’s form with the second

person's one, to create a free indirect speech conveying not only the way of thinking peculiar to the Ruler's contemporaries, but also intensifying the search for answers to the fundamental questions of the meaning of life that worried people at all times.

From the very first pages the novel exposes profoundly the despot's psyche defined by his unlimited power over people and his right to dispose of their lives, which gives rise to the illusion of omnipotence in his mind. The ruler is convinced in the crowd's inability to appreciate his acts, although he understands that, to solidify his fame and force as the only things that can overcome the gloom of oblivion, he must tirelessly take care of the people's opinion.

Reflecting on this topic, the Ruler compares his subjects' perception of his bloody acts to a reaction to the sight of an outlandish beast – an elephant, and this comparison reveals not only the peculiar mindset of the Ruler, who, by virtue of his position, thinks in large terms, but all the powerlessness of his attempts to justify philosophically the right to control other people's lives: his conclusion follows not from a logical reasoning, but from a shaky emotion and a categorical imperative: “Well, for example, there stomps ahead, trundling heavily and kicking the smooth surface of the sandy hills with its logs of feet, an awkward giant elephant laden with the gold and jewels of the defeated Western countries, and anyone, who is a stranger to elephants, will by no means speculate whether it's a good or bad animal. Beholding its monstrous enormity and the absurdly long trunk, a man probably feels at first neither fear nor horror, nor disgust even, but only, and above all, a surprise. The size of your deeds – no matter if in the name of good or evil, must necessarily be greater and more impressive than what a small man's eyes could possibly grasp. Otherwise, he will not be satisfied with your little good, but for small evil he will scold and berate you in every way. If you break someone's nose till it bleeds, they will condemn you and kick up a row: if you drown half the universe in blood, they will start admiring you and talking about you with reverence and fear” (1; 10).

The smooth transition of his thoughts into free indirect speech from the second person in this case is intended to show the futility of the monarch's wish to spread the tyrants' corrupt ideology with regard to all people. The author's voice, merging with the voice of the character, paradoxically, imparts an ironic tone to the monologue and

reveals the inconsistency of the Ruler's claims to immortality: "While you are alive, try to amaze everyone who surrounds you. Those whom you managed to surprise in life will be surprised after your death. And listening to their tales, those who have never set eyes on you will start to wonder. It is only important to keep the signs of your glory here and there – as well as the descendants of loyal subjects – the living echo of your former power, which will not allow the enthusiastic words of mouth fade away, throwing occasionally the fire of memories into the fire of the legend. Not everyone can pull this off. This is the lot of the chosen ones. But for you this is quite attainable, as long as you possess innumerable riches and hold tumens of obedient troops at your bidding. Just do not miss your time, do not grow old... And do not get lazy from satiety. Otherwise you will be like the unlucky lover of an infidel, lascivious woman: the moment you slip out of her devastating embraces, another, more successful and strong candidate aims at your place. Such is this lying, volatile world. Have you not risen to power and glory, by easily using the weaknesses of others? Now try not to let them know about your weakness...Let the Almighty know about it. And only Him" (1; 10-11).

The Ruler himself admits that his restless thoughts about life are a sign of old age. His reflections come from the loss of will and faith in the rightness of what is being done. The Ruler is afraid to admit to himself of his mortality and panically flees from this insight into philosophical abstractions. The mind of the monarch is weakened, and the former confidence in the omnipotence gives way to purposeless worries.

This destructive psychological process is intensified when a suspicion of his younger wife's treachery, excited and subtly stirred by the senior Khanness, creeps into the Ruler's mind. A worm-eaten apple, served twice by a servant to the Ruler, who had just returned from a long campaign and reposed himself to rest, whirls up his conflicting feelings, forcing the Ruler to check on his moral code again and again, foreboding the approach of some kind of trial. In unison to the monarch's uneasy thoughts, in nature, too, starts an incomprehensible and gratuitous turmoil, which intensifies as the thought of treachery sets deeper. Psychological parallelism shows the full intensity of the autocrat's feelings.

The attitude towards the minaret «ties» three people into a single psychological knot of fates, whose lives have intersected in a mortal

clash of personal passions around the socially significant process of creation of an unconditional aesthetic value.

In the beginning, the Ruler does not separate his attitude to the minaret, presented to him for the first time, from an exhilarating feeling of pride with his power and majesty. Later, the admiration for the structure's mysterious beauty, overwhelming his large and inquisitive mind, gradually starts to give rise in his soul to a truly human sense of gratitude to the beloved woman, about which, however, people should not find out. The minaret, as a sign of the Khanness' love for him, which the Ruler does not doubt, resurrects in him the forgotten and vague hopes for human happiness that left him with the death of his first wife, for which he now, though belatedly, seems ready to discard the vanity of power, but, alas! too late. We are seeing a tragic picture of the anxiety of a large personality, who ended up completely alone at the very top of power.

After comprehending the mystery of the minaret and the execution of the architect, which cost the despot great spiritual anguish, his troubled state intensifies, which is accurately conveyed in the author's narrative about the behavior of a man knocked out of the usual rut. Trying to hide the mystery of the minaret from people, he, on the contrary, makes reckless steps. The monarch's life turns into torture. Once deeply indifferent to the mob's opinion, the Ruler is now extremely hurt by the suspicion that people are laughing at him, that they are hiding something from him.

The despot's struggle with the legend about the love of the Khanness and the architect is a struggle against popular humanistic morality, in which the Ruler of the world is defeated: the common people's sympathies are on the side of the architect. The monarch himself confesses his moral defeat. Before his death he is visited by the specter of a tongueless and blinded architect, a reproach to the senseless brutality of the Ruler condemning him in his own voice and affirming the great idea of the equality of all people before death. In this vision, the architect transforms from the enemy into a duplicate of the Ruler, who, while being able to see, has been blind in life.

When creating the Ruler's character, Kekilbayev draws upon historical material, but he creates a completely modern socio-psychological model of personality, who, due to egocentrism, is doomed to loneliness and spiritual infertility.



The psychology of creativity is modeled by Kekilbayev in the internal monologue of the talented architect Jappar, in which the author's empathy is especially clear. Jappar is an architect by calling, he is the son of an architect who noticed early on an extraordinary talent in his child and in every way developed a mountain-high vision of the world that perfected his ability to see the the great in extraordinary things, the unusual in boring things. The dream of the ambitious young man was realized: he was commissioned to build a minaret that wouldn't not have a match in the sublunary world.

Jappar begins the construction of the minaret, inspired not so much by an abstract aesthetic ideal as in the hope of seeing from its height his native village that embodied for him the unshakable foundations of human existence. A small homeland, as the promised land, symbolizes peace and grace and is juxtaposed against the great empire of violence and wars created by Timur. Nostalgia for childhood becomes the main latent source of creative daring, a symbol of the desire for freedom.

The moment of the achievement of the goal approaches, but the artist's civil vision, strengthened in his creative flight, does not allow him to make up with his obscure village for his vague dissatisfaction with the life of the people under the satrap's yoke. The creative crisis exacerbates the understanding that the idea of violence glorification, which the Ruler's life embodies, is hostile to the free essence of architecture.

Intensified search for another creative solution and for a moral support for the waning inspiration brings Jappar to utter exhaustion, and only a meeting with the young beautiful Khanness gives a new impetus to the free daring of his spirit. Now, for Jappar, everything makes sense only in connection with her name. Jappar's passion towards the Khanness compels him to search for a new form for the minaret. The architect comes to the conviction that the tower should not crush with its majesty, but awaken the thought and the best human feelings: love and faith.

The new creative plan and the way it is being materialized, reflects the complex range of feelings the architect has towards the Khanness. At first, he works obsessively, trying to see more of her in the garden, where every day the young beauty sports and bathes along with her girlfriends. Then there comes a stagnation associated with the architect's desire to prolong the bliss of contemplating beauty

from the most convenient height. This stagnation turns to depression, caused by a long break in the Khanness' walks and bathing. It seems to Jappar that he cannot even think of the Khanness, and this puts him in despair. But in the end, the desire to attain the Khanness' love takes over, and the architect lights up with the idea to amaze everyone with the magnificence of the minaret and attract the attention of the young woman.

The Khanness' third monologue is the hymn of true human love. Falling in love with her dream to gift to the Ruler, who is returning from a distant campaign, a minaret – the sign of her devotion, the Khanness later embodies in the form of a tower in its last stages of completion a longing for true love, subconsciously connected for her with the unknown architect.

The Khanness' attitude towards the minaret reflects, as in a mirror, the entire dialectic of the emergence and strengthening of her forbidden love for the architect. The Khanness is looking into the meaning of why the tower looks unapproachable from close nearby, and sad from a distance: «Looking at the tower, people can see firsthand the sincerity of her feelings for the distant spouse. And the great Ruler himself, coming back from the campaign, will see even from afar her irrepressible longing for him, and approaching the tower, he can guess from its proud, arrogant form that his young wife has remained faithful and has not bowed to anyone in all the world except him, the Ruler» (1, 145), she thinks hurriedly, trying to get away from another inkling of thought: that the arrogant stance of the minaret from nearby symbolizes the Khanness' inaccessibility to the architect, separated from him by a class partition and restraining her feelings for him.

There is a struggle in the Khanness between a sense of loyalty to her husband and an irresistible passion for the young architect, in which the latter takes over.

She is angry with herself, yielding to the temptation of passion, realizing that she has always artificially warmed her love for her husband. A desire to destroy the master flares up, which only confirms her love for him, which the Khanness then confesses to herself: «The Khanness approached the window again. The minaret was still looking at her faithfully and sadly. At the very top in a black slit something flickered. What to do? How to be? Who can skillfully repair the tiny gap, visible, however, from everywhere? Well, forget the gap, when

the minaret itself revealed her secret to the whole wide world? The secret which she hid even from herself!» (1, 149).

It should be noted that the Khanness' perception of the minaret's beauty is no less subjective in nature, reflecting more of her psychology than the objective aesthetic merits of the structure. After the cunning satisfaction of the architect's wishes, the Khanness sees the same minaret with different eyes: "It seemed as if she complained wordlessly to the minaret about her fate and ongoing solitude, that the great Ruler cooled to her after the campaign, and has never yet honored her with his visit. But the minaret smiled smugly in the sun, playing with colored glares and looking at the Khanness enthusiastically and joyfully. Where had its recent pitiful and pleading gaze disappeared? It now expressed confidence and satisfaction, as if reveling in the desired success" (1, 152).

Despite the emotional hardships deliberately inflicted by the Ruler, the Khanness' inner world is enlightened by love that is reflected in her perception of the minaret. She invented her love for the lord, captive to the dogmas of the Shari'ah, which prescribe servile belonging to the spouse with all her thoughts, while nature overrides in the young Khanness. Having fallen in love with the young architect, she understands with horror not only the illusory nature of her fidelity to the old and cold husband, but that even more frightening for her is the inability to belong to a beloved person equal to her. The writer delicately conveys the torment of the young woman torn between her duty, inspired from the cradle, even in her thoughts to not to encroach on the honor of her husband, and unsatisfied love. She admits with distress to herself that she has never loved her husband and has never been loved.

This insight confuses the already complex feelings that have been tormenting the Khanness since she learned about Jappar's love, and she falls into a state between a dream and a reality that clarifies the truth of their relationship.

No matter how she tried to justify the need for loyalty to her husband, the whole of her being resisted the violence of unnatural regulations on the woman's private life, and this hones her mind, which is striving for freedom of judgment. The dream is prepared by insights that she could not love the Ruler, for "can a woman who does not know the true love of another feel in herself the power of irresistible

passion..." (1, 156). The Khanness does not want to recognize the eyes of her beloved young man when confronted with him, although she reads the cherished feelings in them, which she cannot confuse with anything, for she has been waiting for them for a very long time – but this is certainly not a protest against love, but a subconsciously deliberate delaying of the desired hour of rapprochement and merging of souls. The repetition of words, interrogative pronouns and sentences, rhetorical appeals, the estrangement of her posture and muffled speech in his presence veil her true feelings, which are still under the weight of conventions. Then comes the moment of recognition, and further events develop swiftly. Finally convinced of the architect's love, she worries about his life, but for some reason she wants to call the guards, but her voice is cut mid-sentence. Seeing that the architect is frightened by her anger and is going to leave, the Khanness, as it seems to her out of pity, gives a sign to stay: "In her inflamed consciousness, a thought flashed suddenly: all these years, exhausting her soul and flesh, she seemed to desire and waited only for him, and him only, for his awkward caress and quiet, faithful love" (1, 159). This is not only the apotheosis of her unrealized love, but the beginning of death, which the Khanness also finds the strength to openly admit.

Internal monologues of the protagonists in Kekilbaev's novel are composite constructions of speech, in which the author-ideologist enters into various positional relations with the bearers of different and even opposite truths, in the interest of establishing a common philosophical idea of a single moral essence. Each inner monologue in the novel is a dialogical stream of consciousness, due to the generalizing presence of the author's evaluation, characterized by logical and syntactic harmony and clarity. The task of verbal individualization of characters is solved using careful lexical selection, as well as ethnic and cultural flairs in speech.

Psychological aspects of Kekilbaev's novel *The End of the Legend* conceptually shape the fruitful synthesis of mythopoetics and realism in modern Kazakh literature.

### References

1. Kekilbaev A. *Konets legendy*. – Alma-ata: Zhalyin, 1979
2. Musina S. K voprosu o syuzhete romana A.Kekilbaeva «Konets legendy» // *Voprosyi russkoy filologii*.-Alma-Ata: KazGU, 1978.-S.11-12.

**Takhan S.S.**

**Psychologism in A. Kekilbaev's novel *The End of the Legend***

**Abstract.** The article explores the features of a psychological depiction in A. Kekilbaev's novel *End of the Legend*. It is shown that the possibilities of internal monologue are widely used for the purposes of revealing the characters' unique individuality. The author's philosophical perspective on what is portrayed in the novel serves as the aesthetic basis for depicting the character's inner world in the unity of their thoughts, feelings and deeds.

**Key words:** psychologism, internal monologue, free indirect speech

**Аңдатпа.** Мақалада Ә.Кекілбаевтың Аңыздың ақыры» романындағы психологиялық талдаудың ерекшеліктерін көрсетеді. Романда кейіпкерлердің даралығын көрсету мақсатында ішкі монолог үлкен орын алғанын айтады. Бұл эстетикалық құбылыс автордың кейіпкерлер бойындағы себеп-салдар, қимыл ерекшеліктерді философиялық тұрғыдан қарау ұстанымымен байланыстырылады.

**Түйін сөздер:** психологизм, ішкі монолог, төлеу сөз

**Аннотация.** В статье раскрываются особенности психологического анализа в романе А.Кекильбаева «Конец легенды». Доказывается, что в целях раскрытия индивидуальной неповторимости персонажей широко используются возможности внутреннего монолога. Эстетической основой изображения внутреннего мира персонажей в единстве их мыслей, чувств и поступков является философский взгляд автора на изображаемое в романе.

**Ключевые слова:** психологизм, внутренний монолог, несобственно-прямая речь

Уразалиева Г.К.

### Религиозная субъектность россиян в 21 веке

Понятие «субъектность» ввел в своей работе «Деятельность. Сознание. Личность» в 1977 году советский ученый-психолог А.Н. Леонтьев. Под «субъектностью» он понимал набор качеств человека, характеризующие сферу его деятельностных способностей, его способность к самодетерминации, творческой активности. Религиозная субъектность есть набор качеств личности, связанных с его верой, конфессиональной принадлежностью, моделями религиозного поведения, выполнением религиозных обрядов и ритуалов в повседневной жизни и по праздничному календарю в рамках церковных учреждений. В России и на постсоветском пространстве к религиозности стали возвращаться после падения СССР и долгих лет господствующего атеизма. И путь этого возвращения был непростым, порой поверхностным, где количество православных росло, а воцерковленных не очень.

Как в стране с начала 21 века менялось отношение к религии исследовали социологи и юристы. ВЦИОМ с 2000 по 2018 годы провели тематические сощопросы и представили 61 публикацию Пресс-выпусков. Из последних по времени это отношение к кинофильму «Матильда», который хотели запретить по религиозным мотивам к показу по инициативе депутата Госдумы РФ Натальи Поклонской, но лишь 17% поддержали этот призыв [1, 25.10.2017]. Встречу впервые состоявшуюся за тысячу лет Папы Римского и Патриарха РПЦ большинство одобрило [1, 09.03.2016]. По вопросу прошлого и настоящего Православия в России 44% россиян считают, что православие является сегодня государственной религией страны. Вопрос вероисповедания главы государства важен для общества, и 50% считают, что президент должен исповедовать православие [1, 09.03.2016]. Поклониться мощам Николая Чудотворца, привезенным в Россию, хотели бы почти три четверти россиян [1, 26.05.2017].

Негативно, чем 25 лет назад, оценивают россияне усиление роли религии в обществе. Но при этом признают, что религия по-

могает им справляться с различными жизненными трудностями [1, 27.07.2015]. Религиозные праздники знают и чтут. Каждый пятый россиянин в период Великого поста старается не помышлять о дурном и не ругаться матом [1, 30.03.2015]. Полностью или частично поститься в 2014 году обещали 30% опрошенных россиян [1, 18.04.2014]. Многие соблюдают религиозные ритуалы. Святые места единожды посетили 41% россиян, хотя сходить в паломничество впервые 68% [19.01.2015]. Стремление близких родственников уйти в монастырь поддержали бы 43% россиян, среди православных – 47% [1, 01.07.2014].

Скандал в 2012 году в Храме Христа Спасителя в Москве устроили участницы группы Pussy Riot. Только 40% опрошенных полагают, что участницы Pussy Riot сами задумали и организовали эту акцию. Уверенность, что за этой акцией панк-группы стоят влиятельные теневые силы и представители оппозиции высказали 41% [1, 26.10.2012]. Акцию «Pussy Riot» россияне посчитали хулиганством и святотатством, а 13% даже усмотрели в ней политический протест. Только 7% опрошенных считают, что наказывать хулиганок не надо было. Но и реальный тюремный срок призывали им дать только 10% [1, 16.04.2012]. Этот скандал стал толчком к появлению предложения ужесточения наказания за подобные действия. Эту идею поддержали 82% опрошенных россиян. А каждый пятый гражданин знает о случаях оскорбления чувств верующих в нашей стране [1, 26.09.2012].

Конфликт вокруг авторитетов РПЦ воспринимается верующими болезненно. От церкви ждут большей открытости обществу и нетерпимости к стяжательству и коррупции в своих рядах. Значительная часть россиян поддерживает позицию церкви в отношении скандалов, происходивших вокруг нее и ее главы – Патриарха Кирилла [1, 15.06.2012]. 46% опрошенных россиян и 52% православных считало, что Православная церковь нуждается в общественной защите [1, 28.05.2012]. Решение об избрании Кирилла патриархом Московским и всея Руси, принятое 1 января 2009 года на Поместном соборе, россияне и сегодня считают правильным. Главу РПЦ воспринимают как духовного лидера нации [1, 06.02.2013]. А вот решение синода РПЦ разрешить священнику баллотироваться на выборах восприняли неоднозначно. Проголосовать за такого кандидата готовы 45% православных, а

большинство последователей других религий и неверующих не хотят этого [1, 30.11.2012]. В 2012 году появилась идея создать православные народные дружины. Среди противников – каждый четвертый. Даже среди атеистов и иноверцев больше половины опрошенных поддержали такую идею [1, 18.10.2012].

Социологи 10 лет назад опрашивали россиян и о роли Патриарха Алексия-2, за 18 лет патриаршего его служения число православных выросло в стране в 3 раза [1, 05.12.2008]. При этом выяснилось в 2008 году, что все 10 библейских заповедей знают менее 2% россиян [1, 28.04.2008].

Важным для россиян является вопрос взаимодействия церкви и государства. По-прежнему они хотят сохранения светского государства, особенно на территории школы. Можно ли ходить в хиджабе в школу? Демонстрировать свою религиозную принадлежность в школе недопустимо, считают россияне. А вот возвращение единой школьной формы приветствуют [1, 08.11.2012].

Наличие в России большой мусульманской общины ставит вопросы взаимодействий между разными конфессиями в первоочередную повестку. Ибо сохранения межконфессионального мира является главной задачей светского государства. Как это сделать решают не только на базе советского опыта, но извлекают уроки из современных конфликтов в европейских странах.

Во Франции карикатуры на исламскую тему привели к трагедии. Россияне осудили нападение на редакцию Charlie Hebdo в Париже, но главной его причиной 59% считают публикацию «провокационных» карикатур на пророка Мухаммеда, оскорбляющих чувства верующих, выяснил «Левада-центр» в 2015 году. По 19% респондентов обвиняют французские власти, которые закрывают глаза на «распространение исламского фанатизма» и 16% причину теракта находят в мягкой миграционной политике. 68% респондентов против таких карикатур в СМИ в принципе, а 12% за свободу мнений и за право на его существование. С мнением что, отказываясь от публикации карикатур, СМИ идут на поводу у террористов, согласны лишь 26% [2.]

В нашем отечественном коммуникативном пространстве тоже есть те, кто стоит за свободу вероисповедания или отсутствие такового, за свободу атеизма. Например, Александр Невзоров, который ведет так называемое «поповедение», всячески высмеивая



попов на разных площадках, в частности на радиостанции «Эхо Москвы» во время передачи «Невзоровские среды». Постоянные слушатели ждут этих антирелигиозных высказываний. Создается иллюзия сохранения нерелигиозности большинства граждан.

Резонансным в российском публичном пространстве стало дело о «ловце покемонов» Руслане Соколовском. Основываясь на нормах Федерального закона №136-ФЗ от 29 июня 2013 года, Верх-Исетский районный суд Екатеринбурга 11 мая 2017 года вынес решение, согласно которому Соколовский признан виновным в возбуждении вражды, оскорблении чувств верующих и был приговорен к трем с половиной годам условного заключения. Указанным законом были внесены поправки в Уголовный кодекс и ряд законодательных актов РФ, направленные на противодействие оскорблению религиозных убеждений и чувств граждан [3]. Судья сказала, что подсудимый разместил информацию «оскорбляющие чувства приверженцев христианства, формируемого через отрицание существования бога» [3] и тем самым совершил преступление в соответствии с частью 1 статьи 148 УК РФ.

Известный тележурналист В.В. Познер по результатам решения суда обратился к Президенту РФ и Патриарху РПЦ с риторическим вопросом: «Я, как известно, атеист. Следовательно, считаю, что бога нет. Я не то чтобы бегаю кругом и кричу «нету, нету» с утра до вечера, но и не скрываю своих убеждений. Я хотел бы получить исчерпывающее разъяснение: исповедуя этот взгляд, я нарушаю Уголовный кодекс РФ? Может быть, Патриарх Кирилл скажет, оскорбляю ли я его религиозные чувства, утверждая, что бога нет? Может быть, председатель Конституционного суда скажет мне, имею ли я право думать то, что я думаю, и высказывать то, что я высказываю? Может быть, глава государства внесет ясность, не ожидает ли меня суд и, даст бог, извините за каламбур, мягкий приговор?» [4]. На этот публичный запрос тележурналиста ответил пресс-секретарь Президента РФ Д. Песков, что вопрос телеведущего риторический, а согласно озвученному мнению РПЦ, атеизм не преследуется по закону и не оскорбляет чувств верующих.

Этот судебный казус требует прояснить, как влияют принятые поправки Законом РФ «О противодействии оскорблению

религиозных убеждений и чувств граждан» на регулирование отношений, связанных с духовными воззрениями верующих всех конфессий и неверующих. Какие изменения они могут повлечь для России с учетом ее поликонфессиональных особенностей?

Однако в современном социальном (политическом, правовом) пространстве России происходит поиск новой разметки религиозного, сакрального и светского полей. После принятия указанного Закона, закреплена некая искусственная разметка между находящимися под защитой государства верующими и незащищенными в своих чувствах и убеждениях неверующими (атеистами, агностиками). По сути, благодаря законотворческой деятельности депутатского корпуса ГД РФ, а точнее лоббистской деятельности определенного его сегмента, верующие граждане подверглись стигматизации. Отныне они рассматриваются сквозь призму «привилегированной» ранимости (оскорбления) их чувств и убеждений, которые, получается, находятся под особой защитой, чем остальные социальные группы.

В отношении нового статуса верующих применима, на мой взгляд, категория *«презумпция оскорбленности»*, которую, по сути, и закрепляют нормы указанного Закона. В отношении же неверующих граждан действует, на деле, *«презумпция преступного намерения»* (Л. Гудков). Из смысла нормы рассматриваемого закона, по сути, вытекает, что граждане подразделяются на 2 группы: религиозное меньшинство – бесспорно правое в своих убеждениях и чувствах. А также неверующее (или из иной веры) большинство – представляющее потенциальную опасность в плане нанесения оскорбления чувствам и убеждениям меньшинства.

С позиции понимания природы социального пространства (по П. Бурдьё) принятие такого закона, обеспечивающего защиту одной стигматизированной группы от других граждан, может рассматриваться как новая иерархия в обществе. Это доминирование в социально-духовном пространстве привилегированных верующих над неверующим большинством. На первый взгляд, принятый Закон носит демократичный характер, он защищает права верующего меньшинства, так же как необходима защита любых сексуальных, этнических или иных субкультурных меньшинств.

Но тут возникает закономерный вопрос: почему не закреплена норма, устанавливающая, что право на собственные убеждения и чувства у неверующих также подлежит равной защите? Неужели законодатель маркирует неверующих как заведомо бесчувственных? Это такая новая стигма на атеистах? Идея о том, что социальное пространство иерархизировано, имеет статусы, конкурентно и защищено при этом соответствующими юридическими нормами, не должна вызывать ни у кого сомнения. Следует отметить, что ныне социальное пространство в России, благодаря этому закону, размечено на неравные части для особо чувствительных и не особо, на верующих и неверующих, и обе эти группы находятся в неравном положении в отношении защиты своих личностных прав. Как справедливо отметил как-то В.И. Ильин: «Религиозная иерархия даже в своем чистом виде содержит иерархию социальную, деля социальное пространство на членов церкви и не членов, а само церковное поле по рангам церковной организации. Кроме того, церковь нередко оказывает влияние на нецерковные институты (государство, систему образования и т.д.), вынуждая их структурировать социальное пространство с учетом религиозной логики или прямо следуя ей» [5].

С юридической точки зрения принятый Федеральный закон противоречит нормам Конституции РФ и не лишен недостатков. Эксперты правоведы критикуют указанный ФЗ РФ как внутренне противоречивый, так и противоречащий другим Федеральным законам [6]. Вызывает справедливые нарекания нерешенность вопроса: «Кто и на каком основании будет решать *основополагающие* вопросы, связанные с этим законом?» Кто станет администратором указанных административных и уголовных составов? Вообще для современного Российского законодательства типична ситуация, когда законодательный орган необоснованно самоустраняется от закрепления формальных определений, делегируя это правоприменителю. Такое широкое усмотрение позволяет применять нормы закона по-разному в аналогичных ситуациях по отношению к разным субъектам, сохраняя при этом признаки легитимности и отсутствия дискриминации на уровне федерального законодательства [7].

Законодатель не определяет понятий «верующий», «убеждения» и «чувства верующих», что позволяет широко их трак-

товать, не закрепляет перечень подобных чувств, что позволяет обвинить в «богохульстве» по причине оскорбления любого из существующих пяти органов чувств человека. Возможно ли обвинение человека, к примеру, в оскорблении чувств обоняния или осязания верующего? Что насчет «оскорбления зрительной системы» (глаз/зрения) верующих? Так, возьмем, к примеру, статью 5.26 указанного закона «Умышленное публичное осквернение религиозной или богослужебной литературы, предметов религиозного почитания, знаков или эмблем мировоззренческой символики и атрибутики либо их порча или уничтожение». Может ли быть вменена гражданам вина, если «богослужебная литература» будет переработана в макулатуру? Что будет, если, решив ознакомиться с постулатами той или иной веры, вы купите их святую книгу, а потом выкинете её в бак для сбора отходов, и это не понравится кому-либо из представителей религиозной общины?» [7] – задается резонно вопросом юрист.

Данные примеры, конечно, преувеличение, гиперболизация. Однако вопрос затрагивает закреплённую в Конституции России свободу совести, обеспечение защиты личности от неправомерного привлечения к уголовной ответственности. Иными словами, каждая часть социального пространства имеет свои нормы и ритуалы, маркеры и границы, переступать которые нельзя безнаказанно. Вместе с тем, **привлекать к ответственности необходимо за нарушение общественного порядка, но не за оскорбление чувств находящихся там людей**, поскольку квалификация подобного оскорбления носит субъективно-оценочный характер.

Как показывает анализ теории измерения в социально-гуманитарных науках, такой вопрос, как создание научной теории об измерении чувств, носит дискуссионный характер, не выработана шкала нарастания и угасания чувств, нет указания реперных точек, переходя которые мы попадаем в зону, где чувства могут быть засчитаны как оскорбленные. Если нет качественной и количественной определенности в области чувств (то есть, нет меры), то как может правоприменитель, например, судья, прокурор, следовательно судить о степени оскорбленности этих чувств? Можно ли в этих условиях избежать произвольной оценки наличия и степени вины? По моему убеждению, нет.

В российском законодательстве наподобие «презумпции невиновности» закреплена новация, по сути, «презумпция оскорбленности». Основной принцип презумпции невиновности гласит: «Обвиняемый не виновен, пока не доказано обратное». С «презумпцией оскорбленности» получается, что этот закон дает такой априорный, доопытный ресурс для верующих, что они могут быть представлены как люди с особым комплексом чувств, которые могут быть оскорблены, только потому, что они верующие. Это ставит их в положение дискриминируемых с точки зрения соответствия полного психического здоровья. Такой закон ставит на этой группе меньшинств стигму особо сензитивных людей, находящихся в пограничной зоне, которых легко унижить и оскорбить. Вот в этом, на мой взгляд, и есть суть «презумпции оскорбленности»: не надо ничего доказывать в суде, не нужны никакие методические правила измерения чувств.

У РПЦ, вероятно, достаточно сильное лобби в Госдуме РФ, позволившее им после инцидента с Pussy Riot способствовать принятию данного Закона. Но понимает ли власть, какое мощное оружие они вложили в руки других религиозных групп? Такого рода новшества в законодательстве предоставляют возможности для судебного произвола в интересах тех или иных субъектов, что не будет способствовать миру и стабильности в поликонфессиональном государстве.

Перед принятием этого ФЗ РФ социологи проводили исследование, выясняющее степень толерантности граждан России к оскорблению чувств. Опрос ФОМ «О случаях оскорбления религиозных чувств и о том, что с этим делать» от 22 июля 2012 год выявил, что неверующими посчитали себя 24%, православными- 64%, мусульманами- 6%. Среди них 84% православных, и 86% другой веры ответили, что не сталкивались с оскорблением своих религиозных чувств. 12% верующих, чьи чувства были оскорблены, назвали такие ситуации как: а) разговоры с атеистами и людьми другого вероисповедания, а также б) ругань, пьянство, сквернословие по 2%. Подавляющее большинство 88% затруднились ответить! Среди верующих православных 48% считает, что государство должно вмешиваться в конфликты, спорные ситуации, которые затрагивают религиозные чувства верующих. Среди атеистов только – 37% [8].

После двух лет действия Закона РФ, зафиксированные в опросе ВЦИОМ от 13 августа 2015 года, данные показали увеличение числа тех, кто посчитал себя оскорбленным в своих религиозных чувствах. Становиться свидетелями случаев действий или высказываний, задевающих чувства верующих, приходилось 24% опрошенных. Большинство респондентов (68%) убеждены, что всем гражданам необходимо руководствоваться принципами политкорректности, а не правом на свободу слова. Обратного мнения придерживаются 27% опрошенных. Создатели художественных произведений не должны своими творениями задевать чувства верующих, так полагают 67%. Среди них – последователи православия – 70%, а последователи других религий – 71%, и атеистов – 57% опрошенных.

Итак, более двух третей опрошенных граждан полагают, что защита чувств верующих важнее свободы самовыражения [9]. Показывает ли этот факт, что религиозная субъектность выходит вперед гражданской субъектности россиян? Для ответа надо провести новые опросы.

#### Литература

1. ВЦИОМ. ПРЕСС – ВЫПУСКИ: Религиозность. Конфессии. Религиозная терпимость [Электронный ресурс] [https://wciom.ru/news/tematicheskij\\_catalog?cat=34](https://wciom.ru/news/tematicheskij_catalog?cat=34)
2. «Левада-центр»: россияне считают, что защита религиозных чувств важнее свободы слова <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2015/01/29/my-ne-sharli>
3. Приговор «ловцу покемонов» Руслану Соколовскому. Прямая трансляция См.:на 39 мин.25 сек. [Электронный ресурс]//youtube URL:<https://www.youtube.com/watch?v=s2pY4zCnUFQ>
4. Познер В.В. «Человек имеет право быть и верующим, и неверующим, и сомневающимся агностиком» [Электронный ресурс]//pozneronline.ruURL: <http://pozneronline.ru/2017/05/18955/>
5. Ильин В.И. Социальное неравенство / ЦСО ИС РАН.М.: Изд-во ИС РАН. 2000. с. 116.
6. Федеральный закон от 29 июня 2013 г. N 136-ФЗ г. Москва «О внесении изменений в статью 148 Уголовного кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях противодействия оскорблению религиозных убеждений и чувств граждан»
7. Снегирев Д. О.Закон о защите чувств верующих – взгляд юриста [Электронный ресурс]// Livejournal. URL: <http://volodn.livejournal.com/206512.html>

8. Чувства верующих. О случаях оскорбления религиозных чувств и о том, что с этим делать [Электронный ресурс]// fom.ru URL <http://fom.ru/TSennosti/10578>
9. ВЦИОМ. Религиозные чувства vs свобода слова 13.08.2015. Пресс-выпуск №2901 [Электронный ресурс]// wciom.ru URL <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115347>

### **Уразалиева Г.К.**

#### **Религиозная субъектность россиян в 21 веке**

**Аннотация:** В статье представлены материалы социологических исследований ВЦИОМ, ФОМ и Левада-Центра, Федерального закона №136-ФЗ от 29 июня 2013 г., посвященные религиозности, защите чувств верующих в России. Этот ФЗ по-новому структурирует социальное пространство, разделяя его на дискриминируемых неверующих и стигматизируемых, как чрезмерно чувствительных, верующих людей. Верующие люди по этому ФЗ наделяются особым качеством и статусом «презумция оскорбленности» (авторский термин).

**Ключевые слова:** религиозная субъектность, защита чувств верующих, дискриминация по конфессиональному статусу.

Ураимов К.М.

**Профессор С. Рысбаевдин  
педагогикалык-методикалык изденүүлөрү**

“Улуттун ким экендигин билгиң келсе анын “Алиппесин” ачып көр”-деп литвалык окумуштуу Юлиус Кубулс айткандай Сулайман Рысбаевдин кимдигин жана кандай окумуштуу экендигин анын “Алиппесинен” эле байкоого болот. [4, 147] Бирок, ошентсе да, бул окумуштуунун педагогикалык-методикалык багытта терең изилденген Кыргызстанга эле эмес коңшу КМШ өлкөлөрүнө да таанылып калган окумуштуу экендигин баса белгилеп кеткибиз келет. Сулайман агай окумуштуу теоретик катары эле эмес, практик мугалим катары да окутуу процессине окуу-методикалык бир топ эмек сиңирди. Анын 30га жакын окуу-методикалык эмгектери, 10го жакын монографиялары, 80ге жакын адабий көркөм басылмалары жарыкка чыккан. Ал эми илимий – методикалык багыттагы эмгектери 200дөн ашык. Башканы коюп Манасты айт дегендей агайдын илимий изилдөөлөрү жалаң гана окуучулардын окуу, жазуу же сүйлөө көндүмдөрүн, машыгууларын калыптандыруу, өстүрүү гана эмес, алардын рухий дүйнөсүн аруулантуу, тазартуу жана дүйнөгө оптимисттик көз карашта тарбияланууга чакырган ар түрдүү тематикадагы көркөм чыгармаларды да окурмандардын бардык катмарларына сунуштап келет.

Мамлекеттик тилди практика жүзүндө колдонууга багыт берүүдө жана ага машыктырууда мектепте системалуу жүргүзүлүүчү жазуу иштеринин ролу абдан чоң. Мына ушул максатты көздөгөн бул окуу куралы орто мектептин мугалимдерине, усулчуларга, ЖОЖдордун окутуучуларына, студенттерине жана изденүүчү-аспиранттарга арналып, кыргыз тилинде окуучунун сүйлөө жана жазуу ишмердүүлүгүн өркүндөтүү багыттары, анын теориялык жана методикалык негиздери камтылган.

Китепте окуучунун сүйлөө жана жазуу ишмердигинин түзүлүшү, мазмуну жана ага үйрөтүүнү өркүндөтүү технологиялары сунушталган.



Атап айтканда, *окуучунун сүйлөө ишмердүүлүгү маселеси китепте мындайча каралган*, т.а.:

- биринчиден, сөз маанилери, сөздү түшүнө билүү, аны практикада колдоно алуу;

- экинчиден, таза сүйлөө, орфографиялык-орфоэпиялык эрежелерге жараша туура сүйлөө, сөз маанисин түшүнүп так сүйлөө, жагдайга жараша орундуу сүйлөө, улуу-кичүүгө адептүү сүйлөө, сүйлөмдө сөздүн ордун туура коюп логикалуу сүйлөө, макал-лакаптарды, фразеологизмдерди колдонуп бай сүйлөө, ж.б. маселелер теориялык жана практикалык жактан негиздүү берилген.

*Жазуу ишмердиги китепте мындайча чечмелеген:*

1. Үлгү текстти туура жазуу (жат жазуу);
2. Текстти кайра түзүү же өркүндөтүү (баяндама);
3. Жаңы текст түзүү (дил баян).

*Үлгү текстти туура жазуу*, бул мектепте дайыма практикаланып жүрчү жат жазууга (диктант) үйрөтүү маселесин туюнтат; китепте жат жазуунун типтери (калыптандыруучу жана текшерүүчү жат жазуу) жана түрлөрү (сөздүк, үйрөтүүчү, эскертмелүү, чыгармачыл, тандамалуу, эркин, өздүк, чейректик жана жалдык жат жазуулар) тууралуу берилүү менен, аларга үйрөтүү жолдору, каталардын типтери менен түрлөрү мүнөздөлгөн.

Окуучунун жазуу сабаттуулугун системалуу өнүктүрүүгө багытталган мониторингди жүргүзүү багуттары сунушталган.

Китепте стилдик каталар деген түшүнүк так айкындалган. Жат жазууга үйрөтүүнүн: муундап-сөздөп жазуу, сөздөп –сөз айкаштап жазуу деген технологияларын сунуштаган; жазуу маданияты түшүнүгүн мисалдар менен ачып түшүндүрүп берген.

Жазууга үйрөтүүнүн жүрүшүндөгү тез жазуу проблемасы Республикада биринчи болуп алынып чыккан, т.а. окуучунун тез жазуу проблемасы текстти тез окуу проблемасы сыяктуу эле эң маанилүү педагогикалык категория экендиги эксперимент жүзүндө далилденген.

Сабактагы тез жазуу, т.а. жазуу ылдамдыгы, сабактагы жазуу узактыгы маселесине байланыштуу жазуу көлөмү келип чыгары туура түшүндүрүлгөн. Жат жазуунун жүрүшүндөгү «дидактикалык тыным» деген түшүнүк киргизилген, ал сөз жана сүйлөм арасындагы тыным маселесине байланыштуу түшүндүрүлгөн.

Жазуу маданияты меселеси адамдын жалпы маданиятынын бир салаасы экендиги тууралуу кеп болуу менен, анын адам турмушундагы ролу окуучуларга түшүнүктүү кылынып, жомоктун мисалынын негизинде берилген.

Текстти кайра түзүү же өркүндөтүү (баяндама) маселеси ар тарабынан байытылган, т.а. кыргыз тили сабагында окуучунун өз алдынча текст түзүүсүнө багыт берүүчү баяндама жазуу ишмердиги да кенен ачылган.

Мында кептин функционалдык түрлөрүнө ылайык баяндаманын да түрлөрү: баяндоо тибиндеги баяндама, сүрөттө тибиндеги баяндама, ой жүгүртүү тибиндеги баяндама жана да жанрларына жараша ыр, пьеса, кара сөз тибиндеги баяндамаларды да чыгармачылык менен жазуу технологиясы сунушталган.

Мындай жол, албетте окуучунун өз алдынча жаңы текст түзүүсүнө методикалык жактан даярдоо жолун көрсөтүп бермекчи.

Окуучунун өз алдынча жаңы текст түзүүсүнө (дил баян жазууга) китепте айрыкча көңүл бурулган. Анда дилбаян жазуунун окуучунун кебинин жана өз алдынча чыгармачылыгынын өсүүсүнө тийгизген тасири илимий негизде кенен ачылган.

Китепте дил баяндын буга чейинки классификациясы андан ары чыгармачылык менен кеңейтилген. Анткени китепте дилбаяндын 12 жанрдык табияты: *очерк дил баян* (күндөлүк турмуштук фактыларды пайдалануу менен жазуу), *рецензия дил баян* (окуган ар бир адабий чыгармага окуучунун жекече көз карашын билдирүү), *публицистика дил баян* (учурдун талылуу проблемалары тууралуу ой жүгүртүү мүнөзүндө жазуу), *аңгеме дил баян* (өзүнүн чыгармачылыгы менен аңгеме түрүндөгү баян жазуу), поэма дил баян (окуган чыгармасын же турмуштук көрүнүштөрдү ыр же чакан поэма түрүндө жазуу), *пьеса дил баян* (катышкан каармандарынын кебин пьеса формасына келтирүү менен оюн жазуу), *репортаж дил баян* (мектепте күндө болуучу уюштуруу иштерин репортаж түрүндө жазуу), *этиод дил баян* (табияттын көрүнүшүн ой жүгүртүү менен сүрөттөп жазуу), *фантастика дил баян* (ой жүгүртүү аркылуу адамдардын өз ара мамилесин, замандын түрдүү кырдаалдарын фантастика түрүндө жазуу), *жомок дил баян* (тил жана адабият сабактарында өз алдынча жомок жазуу) жана *улама дил баян* (окуган чыгармасынын каарманда-

рынын кийинки тагдыры жана анын сюжетин өз алдынча улантуу менен жазуу) деген багыттарда классификациялаган. [1, 87,104]

Булардын ар биринин адабий жана методикалык табияты мисалдар менен түшүндүрүлгөн жана ага ылайык үлгүлөр кошо сунуш кылынган.

Мындай классификациялоо тил жана адабият сабактарында окуучунун өз алдынча чыгармачылык менен иштөөсүнө, дил баян жазууга чыгармачылык менен мамиле кылууга сөзсүз багыт бермекчи.

Мындан сырткары, китепте окуучунун дил баянын баалоо талаптары да камтылган.

Соңунда дил баяндын бир нече жанрдык түрүнө жараша мектеп окуучуларынын жазган иштеринин мыкты үлгүлөрүнүн топтому тиркеме катары орун алган.

Сулайман Рысбаевдин “Кыргыз тилин экинчи тил катары окутуунун теориялык жана практикалык негиздери” деген эмгеги окуу орус, өзбек жана тажик тилдеринде жүргүзүлгөн мектептеринде кыргыз тилин үйрөтүүнүн методикалык проблемаларына түздөн-түз арналган. Анда, тил үйрөнүүнүн дүйнөлүк технологиялары, анын деңгээлдик системасы, сүйлөшүү чөйрөлөрүнө жана темаларына, коммуникативдик милдеттерге ылайык кеп өстүрүүнүн дидактикалык талаптары, теориялык-практикалык аспектери (кыргыз тилинин мисалында), кыргыз тили сабактарына коюлуучу талаптар, алардын мүнөздөмөлөрү, аны экинчи тил катары окутуунун методологиялык негиздери, методдору жана ыкмалары камтылган.

Китеп жети бөлүктөн жана тиркемелерден турат. Анын *биринчи бөлүгөндө* кыргыз тилин үйрөтүүнүн деңгээлдери алгач ирет мүнөздөлгөн, ал аркылуу мамлекеттик тил катары кыргыз тилин окутууну жаңылоо маселеси көтөрүлгөн.

Окуучулар ээ болуучу лексикалык, грамматикалык жана фонетикалык билимдерди практикада кантип шарттуу-кырдаалдык жана кырдаалдык көнүгүүлөр аркылуу натыйжалуу окутуунун жолдору сунушталган. Буларга ылайык минимумдар мүнөздөлгөн. Айрыкча коммуникативдик минимум түзүлүп, деңгээлдерге жараша мүнөздөлгөн.

Кеп кырдаалы мисалга алынып, ал кырдаалга жараша сүйлөшүү жолдору көрсөтүлгөн.

Окуучулардын кыргыз тилинде жазуу компетенциясы, жазуу жумуштарынын деңгээлдерге жараша аткарылуучу түрлөрү, аларга коюлуучу талаптар иликтенип, аны менен бирге, окууга, жаттоого, которууга коюлуучу нормативдик талаптар такталган.

*Экинчи бөлүгүндө* кыргыз тили сабактарында окуучулар ээ болуучу тилдик, коммуникативдик, маданий-рухий компетенциялар, алардын талаптары тууралуу сөз болгон.

Китептин *экинчи бөлүгүндө* кыргыз тили сабактарында окуучулар ээ болуучу тилдик-коммуникативдик, маданий-рухий компетенттүлүктөргө жараша, тил үйрөнүүдөгү интенция, мотив, программа жана практика сыяктуу маанилүү категориялар чечмеленген. Аларга жараша кыргыз тили мугалиминин сабакка болгон даярдыгы кандай болуусу керектиги тууралуу методикалык-практикалык сунуштар иштелип чыккан.

Ушул главада кыргыз тили сабактарында башка тилдүү окуучулардын кыргыз тилин үйрөнүүсү менен бирге көп маданияттуулук маселеси, алардын карым-катышы, маани-маңызы ачылып, алар системалуу түрдө жүрүүсү тууралуу сөз болгон.

*Үчүнчү бөлүгү* окутуунун коммуникативдүүлүгү туурасындагы маселеге арналып, анда кыргыз тилин коммуникативдик методика менен гана натыйжалуу үйрөнүүгө боло тургандыгы далилдүү мисалдар менен баяндалган. Коммуникативдүү окутууда негизги көңүл бурулуучу маселе-маек кеби (диалогдук речь), анын типтери, түрлөрү, грамматикалык-лексикалык темаларды өтүүдө окуучулардын маек кебин кантип уюштуруу керектиги мүнөздөлгөн.

Кырдаалдык маектерди уюштурууда окуучулардын окуу-таануу иш-аракеттеринин 3 деңгээли эске алынуу менен, анын алгоритмдик деңгээли, жарым-жартылай таанып билүү жана эвристикалык таанып-билүү деңгээли аркылуу окуучулардын маек кебин окуп-үйрөнүү, аны толуктоо, өркүндөтүү, маек кебине машыктыруу жана өз алдынча маек кебин түзүү ыкмалары сунуш кылынган.

*Төртүнчү бөлүгүндө* кыргыз тили сабактарын уюштуруу, андагы этномаданияттаануу маселелерине көңүл бурулган. Атап айтканда, сабактагы кыргыз тилинин методикалык “үч кызматы”, т.а. сабакта мугалим менен окуучунун инсандык карым-катышынын кыргыз тилинде гана болуусу, сабактагы уюштуруу-мето-

дикалык иштердин тили да кыргыз тилинде болушу, акырында окуу материалдарынын тили да кыргыз тилинде гана болушу, ушулар аркылуу сабакты кыргыз тилинде гана уюштуруу маселеси көңүлгө алынган.

Ушул бөлүмдө кыргызча сүйлөшүү маданиятына окуучуларды көңүктүрүүнүн он шарты тууралуу кеп болгон.

Сабакта дайыма эле тилдик материалдарды өздөштүрүү менен гана чектелүүгө болбойт, ал аркылуу эл таануу маселеси бирге чечилет. Ошондуктан, ушул бөлүмдө кыргыз тили сабактарында, айрыкча, морфологиялык материалдарды өтүүдө этнографиялык, нравалык –этикалык мазмундагы материалдарды кошо өздөштүрүүнүн зарылдыгы белгиленип, анын материалдарынын тематикалары сунуш кылынган.

*Бешинчи бөлүм* грамматикалык материалдарды өздөштүрүүдө кеп үлгүлөрүнүн мааниси, текст менен иштөө, алардын жолдору, сүрөт менен иштөө, анын ыкмалары, дидактикалык оюндар, алар менен иштөө, алардын методикалык ыкмалары, оюн сабактарын өткөрүү методикасы, андай сабактардын үлгүлөрү, окуучунун сынчыл ойлому, аларды уюштуруу жагдайлары көрсөтүлгөн.

Китептин *алтынчы бөлүмү* окуучулар ээ болуучу тилдик-коммуникативдик компетенттүүлүктөрдү баалоо жолдору, баалоо методдору менен принциптери, баалоо шарттары жана каражаттары менен технологиялары тууралуу сөз болгон.

Соңку *жетинчи бөлүм* кыргыз тилинде тил жатыктыруу көнүгүүлөрү, окуучунун сүйлөө-окуу-жазуу иш-аракеттеринин системалуулугу, шар окууга, тез сүйлөөгө машыктыруу жолдору менен каражаттары, сөз-муун таблицасы ж.б. практикалык иштердин топтому тууралуу сөз болуу менен жыйынтыкталган. [2. 23-201]

Китепке тиркеме катары кыргыз тилин окутуу боюнча предметтик стандарт менен кыргыз тилин үйрөтүүнүн деңгээлдик концепциясы берилген.

Аталган бул документтер учурда Республикабыздын окуу орус, өзбек жана тажик тилдеринде жүргүзүлүүчү мектептеринде негизги таяныч окуу-нормативдик материалдар катары колдонулууда. Алар профессор С.Рысбаевдин демилгелүү жана активдүү катышуусу менен жазылган. [4, 17]

Китеп мектеп мугалимдерине, методисттерге, ЖОЖдордун педагогикалык факультеттеринин окутуучуларына, студенттерге, изденүүчүлөргө, аспиранттарга жана кыргыз тилин экинчи тил катары окутуу маселелерине кызыккан ар бир изилдөөчүгө арналат.

Профессор С. Рысбаевдин “Кыргыз балдар фольклорунун педагогикасы” аттуу эмгеги бир топ жыл изилдөө жүргүзгөн тажрыйбаларынын натыйжасы деп айтууга толук негиз бар. Китептин жалпы мазмунун кыргыз элинин элдик тарыхый тарбия тажрыйбасы болуп саналган элдик педагогикасы, элдик балдар фольклорунун жалпы мазмуну, анын өзөгүндө жаткан элдик педагогикалык ойлор ачылып, балдар фольклору элдик педагогиканын таалим-тарбиялык каражаты экендиги, ал аркылуу жүзөгө ашуучу элдик тарбиянын түрлөрү, мазмуну жана технологиялары түзүп турат.

Китеп үч главага бөлүнгөн. Биринчи главасы Башталгыч мектептерде билим берүү менен тарбиялоону этнопедагогикалык багытта өркүндөтүүнүн теориялык өбөлгөлөрү жана практикалык маани-маңызы деп аталган.

*Биринчи глава*, адегенде улуттук фольклорубуздун илимий-педагогикалык, адабияттаануучулук жана да философиялык жактан иликтениши, аларда фольклордук чыгармаларга адабий үлгү, саясий-таптык курал, улуттук маданий дөөлөт, этнографиялык булак катары жана элдик тарбия идеяларын жана көз караштарын камтыган каражат катары мамиле кылынып, анын этнопедагогикалык тарбия куралы катары каралбай келгени тууралуу сөз болуу менен башталган. Андан ары, анын мына ошол этнопедагогикалык маани-маңызы тереңдетилип, илимий педагогика менен элдик педагогиканын карым-катышы тууралуу кеңири сөз болгон.

*Экинчи главасы* Кыргыз балдар фольклорунун негизиндеги элдик тарбия принциптерин жана методдорун аныктоого арналган.

Китепте элдик тарбия принциптери катары төмөндөгүлөр талданган жана элдик салттар менен бирге балдар фольклорунун мисалдары аркылуу түшүндүрүлгөн, атап айтканда:

- баланын жаш курагына жана жекече өзгөчөлүктөрүнө жараша мамиле жасоо принциби;

- ар бир адамдын жекече мүмкүнчүлүгүнө жараша мамиле жасоо принциби;
- элдик салттарды сактоо, аны урматтоо, элдик салттарга жараша тарбия берүү принциби;
- тарбиянын турмуш практикасы менен байланыштуулугу принциби.

Ушулар менен бирге, илимий педагогикадагы тарбия принциптери менен салыштырылып, элдик тарбия-таалим принциптеринин карым-катышы талданган жана ал экөөнүн жалпылыктары белгиленген.

Ушул бөлүмдөгү дагы бир чоң маселе – балдарга таалим-тарбия берүүнүн жана дүйнө таанытуунун элдик методдору менен методиклык ыкмалары тууралуу маселе болуп саналат. Мында элдик тарбиядагы калыптандыруу методдору, таасир этүү методдору жана текшерүү методдору, алардын элдик балдар фольклорундагы чагылдырылышы ачылып берилген. Ошону менен карар, ар бир методдорго жараша методикалык ыкмалар балдар жомокторунунун, ырларынын, макал-лакаптарынын жана табышмак-жаңылмачтарынын мисалдарында, алардын сюжеттери менен бирге түшүндүрүлгөн.

Мында да илимий педагогиканын таалим-тарбия методдору жана методикалык ыкмалары менен элдик таалим-тарбиянын методдору, ыкмалары салыштырылып, алардын жалпылыктары жана айырмачылыктары белгиленген.

Мындай мазмундагы иликтөө, албетте, Республикабызда алгач ирет жүргүзүлгөндүгүн белгилөөгө болот.

Китептин үчүнчү бөлүгү Таалим-тарбиянын элдик үлгүлөрү, анын маани-маңызы, теориялык жана практикалык маселелери деп аталган да, анда элдик таалим-тарбиянын бардык түрлөрү улуттук фольклордук чыгармалардын мисалында иликтенген.

Албетте, улуттук фольклорубуз улуттук тарбиябыздын негизги каражаты болгон, улуттун тарбия академиясы, мектеби, китеби болгон. Улутубуз ошонусу менен улуттун жоготпой сактап келген. Элибиз улам кийинки муунун ушул тарбия методдору жана ыкмалары менен тарбиялап өстүргөн. Анда төмөндөгү тарбия түрлөрү чечмеленген:

- Ата Мекенди сүйүү, патриотизм;
- табиятты таанытуу, экологиялык маданият;

- айкөлдүккө, акыл-эске, гуманизмге, адеп-ахлакка үйдөө;
- акыл-эстүү эмгекке, илим менен билимге, түркүн өнөргө үйрөтүү;
- айтыш ырлары аркылуу тапкырлыкка, сөз өнөрүнө жана толеранттуулукка тарбиялоо;
- жомоктор жана накыл кептер аркылуу укуктук-демократиялык түшүнүктөрүн калыптандыруу.

Албетте, китепте мунун баары жомоктор, элдик ырлар, табышмактар, накыл кептер аркылуу, алардын сюжеттеринин мисалдарында чечмеленип түшүндүрүлгөн. [3, 17-412]

Окумуштуунун бул сыяктуу методикалык мүнөздөгү эмгектери ондоп саналат. Ал эмгектерди талдап үйрөнүү менен окутуунун заманбап инновациялык технологияларын практикага жайылтуу, мугалимдер, студент-практиканттардын ишмердүүлүгүндө колдонуусуна өбөлгө түзүү болуп эсептелет. Бүгүнкү күндө актуалдуу болуп жаткан айрым маселелердин чечилишине жол ачылат деген ойдобуз. Келечекте профессор С. Рысбаевдин дагы башка ушул сыяктуу эмгектерин талдоо, изилдөө, окуп-үйрөнүү маселелери тургандыгы талашсыз.

#### **Адабияттар**

1. Рысбаев С. Окуучунун сүйлөө жана жазуу ишмердиги. – Бишкек, «ЖАКпринт», 2013-жыл. – 123 б.
2. Рысбаев С. Кыргыз тилин экинчи тил катары окутуунун теориялык жана практикалык негиздери. – Бишкек, “МЕГАпринт”, 2011, – 228 б.
3. Рысбаев С. Кыргыз балдар фольклорунун педагогикасы. – Бишкек, “Гүлчынар”, 2006-ж. – 417 б.
4. Рысбаев С. Калем кармаган кол. – Б., 2016-ж. 358-б.

#### **Ураинов К.М.**

##### **Профессор С. Рысбаевдин педагогикалык-методикалык изденүүлөрү**

**Аннотация.** Бул макалада профессор С. Рысбаевдин бир нече методикалык эмгектерине талдоо жасалды. Окумуштуунун эмгектериндеги окутуп-үйрөтүү багытындагы баалуу изилдөөлөрү, жаңы ачылыштары, ойлору жетекчиликке алынып изилденди.

**Түйүндүү сөздөр.** Профессор С. Рысбаев, методикалык эмгектер, педагогикалык жаңы ыкмалардын изилдениши, окутуп-үйрөтүү маселелеринин чагылдырылышы.



**Uraimov K.M.**

**Pedagogical and methodical search by professor S. Rysbayev**

**Abstract.** In this article, Professor S. Rysbayev several methodological work was considered. Valuable works on the preparation of researchers, the scientist studied under the guidance of new discoveries and thoughts.

**Ураимов К.М.**

**Педагогические и методические поиск профессора С. Рысбаева**

**Аннотация.** В этой статье рассмотрены несколько методологических работ профессора С. Rysbayeva. Под руководством новых открытий и мыслей ученый изучал ценные труды по подготовке исследователей.

**Ключевые слова.** Профессор С. Рысбаев, методические пособия, исследования, педагогические инновационные технологии.

Ярмуллин А.Ш.

### **История сотрудничества между автономиями Алаш-Орды и Башкортостана (1917–1919 гг.)**

После свержения самодержавия в России развернулось широкое движение за самоопределение мусульманских народов. Один из лидеров мусульманского движения Ахмет-Заки Валиди стал связующим звеном между башкирами, казахами и народами Туркестана в этой борьбе. Валиди вместе со своими соратниками активно продвигал идею федеративного устройства России. Однако некоторые представители мусульманских народов выступали против федерализма, в частности деятели казанских татар, которые предлагали ограничиться лишь национально-культурной автономией.

В борьбе двух идей судьбоносным стал Всероссийский мусульманский съезд, созданный в мае 1917 г. в Москве, где сторонники федерализма одержали верх над унитаристами. До съезда была проделана работа по мобилизации сторонников федерализма. Вот, что пишет Заки Валиди в своих воспоминаниях: «В Оренбурге я встретился с Алиханом Букейханом, назначенным незадолго до этого Тургайским губернатором, и еще кое с кем из казахской интеллигенции. Я склонил их к тому, чтобы они организовали выборы делегатов на московский мусульманский съезд» [2, с.173].

Далее он пишет, что «Увенчались успехом наши старания добиться делегирования представителей казахского, киргизского и башкирского народов с учетом численности населения. Только из Башкортостана прибыло около 50 делегатов. Были представлены многие другие регионы. Ахмед Цаликов, Шакир Мухамедьяров, Гаяз Исхаки постарались вызвать из Казани людей сверх нормы представительства и надеялись, что они выступят против федерализма. Тем не менее, уже к началу съезда было ясно, что на нем будут преобладать сторонники идеи федерализма, поэтому мы чувствовали себя уверенно.

Алимардан-бей, Мухамад-Амин Расул-заде, Ягафар Саид-Ахмед из Крыма, казах Жиханшах Достмухаммед и другие федералисты выступили с такой основательностью и так убедительно, что большинство собравшихся склонилось в сторону федеративного устройства государства» [2, с.181].

После московского съезда башкиры и казахи приступили к непосредственной реализации идей национально-территориальной автономий. На этом же съезде было согласовано созыв первых курултаев башкир и казахов. Они были намечены на июль месяц 1917 г. в г. Оренбурге. 1-й Всебашкирский курултай состоялся 20–27 июля, одновременно 21–28 июля прошел 1-й Всеказахский съезд. Оба форума приняли решение о создании национально-территориальной автономии в рамках Российской демократической федерации.

Через месяц, 25–29 августа 1917 г. в г. Уфе состоялся 2-й Всебашкирский курултай. На съезде рассматривались вопросы подготовке к выборам Всероссийскому учредительному собранию, выработки единого решения об управлении Башкортостаном.

На Всероссийском форуме должно было решиться вопрос государственного устройства России. Предстоящему Учредительному собранию национальные движения придавали большое значение. Тем временем в октябре 1917 г. большевики свергли Временное правительство и захватили власть в свои руки. Ликвидация легитимной центральной власти в лице Временного правительства породило анархию и безвластие в стране. 11 ноября 1917 г. в фармане № 1 Башкирского центрального совета (шуро) говорилось, что «теперь нельзя и определить, кто в России является главой (властью) и кто подвластным, подданным» [3, с. 181]. Понимая всю сложность ситуации, Башкирское шуро приняло решение взять в свои руки власть на башкирских территориях. 15 ноября 1917 г. была провозглашена автономия Башкортостана.

Центром башкирского национального движения за автономию стал Караван-Сарай в Оренбурге, построенный башкирами в XIX в. и служивший в свое время штабом Башкирского иррегулярного войска, после упразднения которого здание было передано губернским властям. После свержения царя башкиры потребовали от Временного правительства возврата Караван-Сарая башкирскому народу, однако правительство не спешило с

решением данного вопроса. После большевистского переворота Башкирскому центральному шуру, наконец-то, удалось получить Караван-Сарай в свое распоряжение. В 1917–1918 гг. это здание служило резиденцией правительства Башкортостана и штабом башкирской армии.

После октябрьской революции деятели башкирского и казахского национального движений, находившиеся в Оренбурге, приступили к непосредственной реализации планов создания автономий Башкортостана и Казахстана. Так, на декабрь месяц 1917 г. в Оренбурге были назначены созыв 3-го Всебашкирского учредительного и 2-го Всеказахского курултаев, на которых должны были решаться судьбоносные вопросы для обоих народов.

С 5 по 13 декабря состоялся 2-й Всеказахский съезд, на котором была провозглашена автономия Алаш-Орды, организован Временный народный совет (правительство). Центром автономии утвержден г. Семипалатинск.

Одновременно с 8-го по 20 декабря 1917 г. в здании Караван-Сарая проходил 3-й Всебашкирский учредительный курултай, на котором была утверждена автономия Башкортостана, провозглашенная 15 ноября 1917 г., выбран предпарламент и сформировано правительство. Представители казахов и башкир принимали участие в курултаях и приветствовали от своих имени народов.

«Курултай казахов состоялся чуть раньше, но многие его участники еще не успели разъехаться. В работе нашего курултая в качестве наблюдателей участвовали Саид Газим Кадырбаев и Мустафа Чокаев. Я тоже два раза присутствовал на казахском курултае в качестве наблюдателя. Оба курултая приветствовали друг друга», – пишет Заки Валиди [2, с. 218].

Декабрь месяц 1917 г. стал историческим моментом для башкирского и казахского народов. Башкиры и казахи стали на путь создания своих национальных автономий. И к этой цели они шли согласованно, рука об руку, поддерживая друг друга.

Тем временем, 18 января 1918 г. Оренбург оказался в руках большевиков, которые несли диктатуру пролетариата, где не было места национальным интересам нерусских народов. Правительство Алаш-Орды опасаясь ареста, своевременно покинуло Оренбург и разместилось в г. Семипалатинск, а Башкирское правительство в начале февраля 1918 г. оказался в

оренбургской тюрьме. Лишь в апреле 1918 г. с помощью отрядов башкир и оренбургских казаков ему удалось вырваться на свободу.

Выйдя на волю башкирские деятели, в первую очередь, стремились установить связи со своими единомышленниками, с казаками и туркестанцами, чтобы согласовать дальнейшие действия. В Семипалатинск был направлен представитель Башкирского правительства, где договорились провести совместное совещание в Кустанае, которое состоялось 15–17 мая 1918 г. «За сутки до нас в Кустанай уже приехали двое представителей от казахов. И совещание мы закончили за один день. Цель его заключалась в том, чтобы наши требования (*о национальном движении за самоопределение – А.Я.*) узнали в Японии и других зарубежных странах», – пишет Заки Валиди [2, с. 238].

Между тем, в конце мая 1918 г. выступление Чехословацкого корпуса против большевиков коренным образом изменило политическую ситуацию в России. Большая часть страны оказалась под контролем антибольшевистских сил, в том числе Южном Урал. В начале июня 1918 г. Башкирское правительство возобновило свою деятельность в Челябинске и учитывая горький опыт прошлого, первым делом приступило к формированию своих вооруженных сил. 12 июня был создан Башкирский военный совет – Штаб Башкирского войска, который разработал мобилизационный план по созданию башкирской армии. Согласно плану войска должны были составить отдельный Башкирский корпус в составе двух пехотных дивизий. Башкирское правительство в борьбе с большевиками стремилось объединить силы Алаш-Орды и Туркестаном. Башкиры планировали создать совместно с казаками объединенные вооруженные формирования. Так, в мобилизационном плане Башкирского военного совета от 18 июня 1918 г. говорилось, что «Предполагается также, что некоторые киргизские части тоже войдут в состав Башкирской дивизии» [4, с. 406].

В том же месяце в г. Семипалатинске возобновило свою деятельность правительство Алаш-Орды. В телеграмме адресованной Кадырбаеву (в г. Оренбург) председатель правительства Алаш-Орды Алихан Букейханов сообщает, что «заключен союз с правительствами Сибири и Башкортостана...

В каждой волости создавайте милицию из 30-ти добровольцев... Создание милиции завершайте в течение 20-ти дней со времени получения данной телеграммы. Об инструкторах для обучения милиции и выделения в их распоряжение сдвоенных лошадей со снаряжением посоветуйтесь с атаманом Дутовым» [4, с. 301].

В помощь в организации казахских вооруженных сил и милиции оказывало Башкирское правительство, развернувшее к тому времени широкомасштабную работу по созданию национальной армии. Вот что пишет Заки Валиди: «Прибывший от казахов юрист Азимбек Беримжанов попросил нашей помощи для создаваемого ими в Тургайской губернии национального войска. Мы послали туда из офицеров Габдельхака Габитова и еще несколько человек. Они провели большую работу в городе Тургае, участвовали в формировании казахских национальных частей. Башкирское войсковое управление снабжало их военным снаряжением и оружием. Вооружение, предназначенное Самарским правительством для казахских войск, также проходило через нас. Мы собирались создать башкирско-казахский корпус и назначить его командующим генерала Ишбулатова» [2, с. 258].

В фондах Национального архива Республики Башкортостан, хранятся документы, свидетельствующие о сотрудничестве Башкирского правительства и Алаш-Орды в этот период. Так, например, 29 августа 1918 г. председатель Тургайского областного отдела Алаш-Орды обратился в Башкирский военный совет с просьбой: «...командировать в распоряжение Уполномоченного Отдела Алаш-Орды ИСПУЛОВА, выезжающего завтра в г. Самару за получением винтовок и снарядов для киргизской армии человек 10 солдат для охраны поезда с вооружением» [5]. Охраной и сопровождением занималась Команда особого назначения при Башкирском военном совете в Оренбурге, солдаты которого обеспечили доставку вооружения и снаряжения казахских частей.

В сентябре 1919 г. член Башкирского военного совета поручик Х. Туймакаев, имевший большой опыт формирования частей, был командирован в Казахстан для организации казахских частей. Он в июне 1918 г. в г. Челябинске руководил созданием 1-го Башкирского пехотного, затем командовал полком. В Тургайский областной совет также был направлен член военного совета, подпоручик Г. Габитов, который в июле укомплектовал 2-го

Башкирский пехотный полк и прапорщик Т. Алиев из 4-го Башкирского пехотного полка и др. [9, с. 187]. Все эти башкирские офицеры имели за плечами боевой опыт Первой мировой войны, и они активно содействовали становлению вооруженных сил и милиции Алаш-Орды.

Документы из фондов Национального архива РБ показывают, что Башкирское правительство своих соратников из Алаш-Орды и Туркестана поддерживало и финансами. Так, в “Кассовой книге” правительства указано, что в сентябре 1918 г. «М. Чокаеву, предс. Туркестанского правительства взаимобразно» выдано 1000 рублей, в октябре 1918 г. – А. Букейханов получил 500 рублей [6].

К сентябрю 1918 года Башкирскому правительству удалось создать в составе Народной армии Комуча Отдельный Башкирский корпус, то есть достичь намеченных целей. Корпус возглавил башкирский генерал царской армии Хажирахмет Ишбулатов. Но, союз с Комучем и Сибирью не был прочным. Поэтому Заки Валиди стремился объединить усилия Башкортостана и Алаш-Орды в борьбе за самостоятельность. Он планировал преобразовать Башкирский корпус в более мощный Башкиро-Казахский корпус. После взятия Орска казачьими и башкирскими частями, развернулась борьба за Актюбинск. Падение города дало бы возможность башкирским войскам прорваться в Туркестан. В октябре 1918 г. на Актюбинский (Ташкентский) фронт были переброшены части 1-го, 2-го, 4-го, 5-го Башкирских пехотных полков и 2-го Башкирского кавполка [8, с.131-132]. Однако, Красная Армия усилила свои силы на этом участке и башкирам, оренбургским казакам не удалось сломить большевиков на Актюбинском фронте.

Тем не менее объединение усилий между башкирами и казаками и туркестанцами рассматривались в разных вариантах, не только в военном. Велись активные переговоры между правительствами Башкортостана и Алаш-Орды. Вынашивалась идея создания союза тюркских народов востока. «С 30 августа по 7 сентября в Оренбурге и Самаре проходили серьезные совещания правительств Башкортостана, Казахстана и бывшего – Туркестана. Прошел второй съезд, созванный правительствами Башкортостана, Алаш-Орды и ликвидированного большевиками

Кокандского государства (первый съезд состоялся в июле в Семипалатинске).

В нынешнем съезде... было решено объединить эти государства в «Федерацию юго-восточных мусульманских областей», создать корпус из башкирских и казахских воинских частей», – пишет Заки Валиди [2, с. 92].

Однако к осени 1918 г. политическая ситуация стала меняться не в пользу национальных автономий. Уфимская директория (Всероссийское правительство) и единое белое командование, созданные в сентябре 1918 г. в скором времени повели курс на ликвидацию самостоятельности национальных правительства и войск, в первую очередь, Башкортостана. 16 октября Верховный главнокомандующий Белой Армии приказал расформировать Башкирский корпус и передать башкирские полки Дутову. Через две недели было подготовлено постановление об упразднении областных и национальных правительств. С приходом к власти адмирала Колчака политическая ситуация еще более осложнилась. Сторонники Учредительного собрания, эсеры, осудили узурпацию власти Колчаком.

Межу тем атаман Дутов стал на сторону диктатуры Колчака. Тогда сторонники Учредительного собрания – представители партии эсеров, правительств Башкортостана, Алаш-Орды, Оренбургского казачьего войска решили объединить усилия в борьбе с Дутовым. Демократические силы планировали свергнуть Дутова и создать объединенное правительство Башкортостана, Алаш-Орды и оренбургских казаков. Однако их планы были сорваны дутовским осведомителем [1].

После неудавшегося переворота Башкирское правительство и войска покинули Оренбург, не желая подчиниться приказам Колчака и Дутова. Разочаровавшись в белом движении, башкиры пошли заключение союза с большевиками. Данная тема обсуждалась и с правительством Алаш-Орды. Для этого в Башкортостан прибыли Азимбек Биремжанов и писатель Мухтар Ауэзов. «На тайных переговорах с представителями Казахстана мы подробно обсудили условия перехода на сторону Советов, и пришли к общему согласию. В случае, если Оренбург перейдет в руки красных, члены казахского правительства должны оставаться в городе, а затем вместе с нами поехать в Москву», – пишет Заки Валиди [2, с. 276].



В феврале 1919 г. Башкирское правительство и войска перешли на сторону Советской власти. В марте 1919 г. башкиры подписали Соглашение с центральной советской властью о признании автономии Башкортостана. Башкирские войска получили статус отдельной Башкирской Красной Армии, Башкирские военный комиссариат – права окружного комиссариата.

Ставший военным комиссаром Башкирской Советской Республики Заки Валиди вынашивал идею объединения вооруженных сил башкир и казахов. Военком Башреспублики предложил Реввоенсовету РСФСР создать Башкиро-Казахский военный округ и объединенную башкирско-казахскую армию. Но эти проекты не нашли поддержки у командования РККА.

Валиди в противовес проекту Татаро-Башкирской Советской Республики, которую проталкивали татарские коммунисты, предложил Москве создать Казахско-Башкирскую Советскую Республику, со столицей в г. Оренбург [7]. Данный проект также был отклонен большевиками. Но ВЦИК РСФСР отказался и от идеи создания Татаро-Башкирской Республики. Таким образом, Заки Валиди в непростой политической ситуации удалось сохранить целостность Башкирской автономии, защитить от притязаний татарских большевиков, которые выступали против самостоятельности башкир.

Итак, на волне революционных преобразований в России башкиры и казахи поднялись на борьбу за национальную самостоятельность. Оба народа в своем стремлении к свободе были солидарны, лидеры башкирского и казахского национального движений стали близкими соратниками и единомышленниками. С первых дней борьбы за самоопределение они действовали согласованно, единым фронтом. Всебашкирские и всеказахские курултаи 1917 г. состоялись в одно и тоже время, и в одном том же городе – Оренбурге, что усилило их значимость и силу. В них были заложены основы национальной государственности Башкортостана и Казахстана. Дружба двух братских народов, рожденная в политической борьбе 1917 г., в дальнейшем оформился в прочный союз двух автономий – Башкортостана и Алаш-Орды, которые совместно отстаивали свои национальные интересы. Самые трудные периоды борьбы Башкортостан и Алаш-Орда поддерживали друг друга. Недаром выдающийся казахский пи-

сатель, участник казахского национального движения Мухтар Ауэзов дал высокую оценку башкирскому национальному движению, заявив: «В той поре кромешной тьмы Башкортостан казался нам северным сиянием».

Данная тема требует дальнейшего, углубленного изучения. Первым делом необходимо издать сборник документов и материалов, воспоминания участников тех событий, ввести в научный оборот новые источники.

### Литература

1. Ганин А.В. Заговор против атамана Дутова в воспоминаниях очевидцев //Археография Южного Урала. Уфа, 2003.
2. Заки Валиди Тоган. Воспоминания. Борьба народов Туркестана и других восточных мусульман-тюрков за национальное бытие и сохранение культуры. Книга 1. Уфа, 1994.
3. Национально-государственное устройство Башкортостана (1917–1925 гг.). Документы и материалы. В 4 т./ Авт.-сост. Б.Х. Юлдашбаев. Т. 1. Уфа, 2002.
4. Национально-государственное устройство Башкортостана (1917–1925 гг.). Документы и материалы. В 4 т./ Авт.-сост. Б.Х. Юлдашбаев. Т. 2. Ч. 1. Уфа, 2002.
5. Национальный архив Республики Башкортостан. Ф. 78. Оп. 1. Д.7. Л.14.
6. Национальный архив Республики Башкортостан. Ф. 395. Оп. 1. Д.13. Лл.23, 32.
7. Национальный архив Республики Башкортостан. Ф. 1832. Оп. 1. Д.378. Л.3.
8. Таймасов Р.С. Участие башкир в Гражданской войне. Книга 1. В лагере контрреволюции (1918–февраль 1919 гг.). Уфа, 2009.
9. Ярмуллин А.Ш. У истоков Башкирской республики. Биографии деятелей Башкирского национального движения (1917-1920 гг.). Уфа, 2017.

### Ярмуллин А.Ш.

#### История сотрудничества между автономиями Алаш-Орды и Башкортостана (1917–1919 гг.)

**Аннотация:** После февральской революции 1917 г. в России развернулось движение самоопределение тюркских народов. Башкиры и казахи активно сотрудничали между собой в борьбе за автономии двух народов. В 1918 г. правительства Алаш-Орды и Башкортостана заключили союз, разрабатывали проекты объединения вооруженных сил, для того, что бы укрепить свои позиции в условиях гражданской войны в России.

**Ключевые слова:** Автономия, Алаш-Орда, Башкортостан, Алихан Букейханов, Заки Валиди, г. Оренбург, союз.

**Abstract:** after the February revolution of 1917, the movement of self-determination of the Turkic peoples unfolded in Russia. Bashkirs and Kazakhs actively cooperated in the struggle for the autonomy of the two peoples. In 1918, the governments of Alash Orda and Bashkortostan signed a Union, developed projects of unification of the armed forces, in order to strengthen their positions in the conditions of the civil war in Russia.

**Key words:** Autonomy, Alash Orda, Bashkortostan, Alikhanov Bukeikhanov, Zaki Validi, Orenburg, Union.

## Глава IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Голованова И.С.

### **Репрезентация образа политического лидера в международных и российских средствах массовой информации**

По мере изменения общества, его ценностей, идеологии, изменялись так же многочисленные институты, в числе которых СМИ как социальный институт. Информация приобрела новый «статус», равный оружию в боевых действиях. Боевые действия, в свою очередь, сменились на иные методы – санкции, пропаганда, оппозиция, инструменты идеолого-информационно-культурного доминирования. Таким образом, в социальном, информационном пространствах имеют место быть и проецируют своё влияние «гибридные войны».

Особенность «гибридных войн» заключается в том, что применяются все технологии военных и невоенных методов, нацеленных на конфронтацию через новую идеологию, политику, экономику, информацию, культуру. В качестве примера, одним из способов ведения «гибридной войны», можно привести карикатурную провокацию, являющейся пропагандой или инструментом распространения расизма, ксенофобии и оппозиционных настроений. Такого рода «гибридизация» разрушает границы между пониманием войны и мира, возможных внутренних и внешних угрозах, безопасности страны и ее нации [1].

Современные медиа формируют новую реальность в сфере политики, которая базируется в рамках интересов элит, отражающая происходящие события. Средства массовой информации являются «создателем» мифов, необходимых для общества и оказания влияния на массовое сознание: создаются положительные и отрицательные образы политического актора, которые вызывают определенные ожидаемые эмоции. Таким образом публикуется «образ врага» [2], вводящий контрастное и оппозиционное настроение через подачу информации о «своих» и «чужих». Создавая миф, генерируется некая возможности опасности, которая

исходит от «чужой» стороны. Перечисленные элементы (мифа) побуждают «свое» общество к единению и направлению общих сил против «чужих», что показывает эффективную работу и воздействие СМИ на общественное сознание.

Мифологизация социального и политического институтов деформирует массовое понимание людей, само демократическое общество, его традиционные ценности, являющиеся важными для сохранности суверенитета страны, стабильности в государстве. Население подвергается влиянию со стороны элит и СМИ: оно приобретает новую роль в новой реальности, где необходима борьба с реально действующим режимом, властью, для достижения уровня демократии. С одной стороны, это «явление» отвечает интересам общественности, но с другой – прослеживается глобализация и западные манипулятивные технологии, направленные на деформацию суверенности страны, ее истории, устоев, культуры, а так же подрыва в политической системе. «Успешность создания «образа врага» во многом зависит от полной дегуманизации оппонента, стирания всех человеческих черт, отсутствия человеческого лица [3].

Гибридные войны предполагают наличие конфликта среди политических оппонентов на основе разногласий в интересах, идеологии, символизме, гипотезах. Такого рода соперничество происходит за выбор стратегии развития государства, учитывая такие сложные элементы для примирения и единения, как религия, верования, традиции, убеждения. Особенность ведения такой войны заключается в её инструментах, то есть в её «вооружении» – информации [4]. Пример асимметричных войн (неравносильные соперники с разными методами ведения борьбы) или нерегулярных войн (ведение борьбы против «врага», но не от стороны «главенствующей» армии своей страны) допускает переход борьбы в «гибридную войну», при условии использования информации в качестве основной причины и инструмента конфликта. Гибридизация создает настроение «противостояния» масс, распространяясь во всех сфера общественной жизни через всевозможные медиа, проводя лекции и тренинги для групп оппозиционеров или потенциальной целевой аудитории.

В политическом пространстве образ потенциального конкурента омрачается и формируется с помощью технологий черного

PR, недоброкачественной и заведомо ложной информации, иными словами, создается «образ врага». Так же используется метод стереотипизации, к примеру: любая возникающая опасность для страны, либо же регресс государства будет взаимосвязан с определенной личностью, так как в значимое для народа время рассматриваемая личность могла не реализовать общественные ожидания, что привело к понижению позиций страны. Составление «образа врага» предполагает наличие следующих пунктов в готовом образе [5]: доступная информация о предполагаемой опасности или возможных негативных исходах действий политика, публично заявленные характеристики, которые не отвечают интересам, ценностям, идеологии активного электората и населения в целом, данный образ должен получить запрограммированную, однотипную (негативную) оценку со стороны граждан. «Образ врага – это качественная, оценочная, характеристика этого противника, сформированная в общественном сознании» [6].

Слово, в рассматриваемой теме, играет ключевую роль как первоисточника рефлексии. При частом употреблении в речи или при массовом внедрении, оно сохраняется как должное и распознается на автоматическом уровне без сознательного восприятия [7]. Таким образом, слово – это есть элемент влияния источников информации на целевую аудиторию СМИ, а в последствие – фактор формирования определенного отношения к политике, либо же инструмент формирования «образа врага». Принятие и понимание запрограммированного образа зависит от значимости источника, от которого поступает информация о данном объекте: чем больше он узнаваем и авторитетен (лидер мнения), тем лучше усваивается и «навязывается» такого рода установка.

Воздействие современных медиа на каждую личность сравнивается, на сегодняшний день, с проблемой экологической, потому что невозможно исключить негативные последствия и деструктивность общества. Фильтрация информационного потока в нашей стране слабо заметна, либо таким образом проявляется демократичность, поэтому схема «информация – коммуникационная среда – человек» дополняется информационной перегрузкой, инфобиологической неадекватностью, перепроизводством информации, синдромом информационной усталости и информационным ожирением [8].

Также стоит рассмотреть еще несколько методов, которые возникают в СМИ и в публичной коммуникации. К примеру – коммуникативные стратегии [9].

Речевая агрессия – способ выведения человека из нейтрального в агрессивное настроение и отношение к определенной личности, вызывающий ненависть иногда с помощью пропаганды. Так же используется абсурдная информация, которая в итоге становится манипулятором: чем абсурднее материал, тем эффективнее происходит подмена мнений, ответная реакция будет характеризоваться в резко негативной форме.

Стратегия дискредитации. Помимо использования оценочных суждений и фактов, которые омрачают положение и достоинство политика, необходимо проводить систематическое обнародование публикаций об объекте, которое закрепляет полученную информацию в сознании как истинную.

Стратегия именованья, построенная на когнитивной семантике, где акцент ставится на смысле выражений. В новостных публикациях часто употребляются резкие метафоры по отношению к определенному объекту, в результате такая «маленькая информация» становится «должной» и правдивой и перерастает в стереотип.

Не менее популярными методами формирования «образа врага» является метод навешивания ярлыка (В. Милонов – «политический хипстер», но никак не депутат; диктатор; виновник всех проблем страны) и метод использования имени человека в созвучных и известных фразах (например, «Содом и Гоморра» и «Саддам и Гоморра»).

На сегодняшний день мы замечаем такой феномен, как имплозия коммуникации. Имплозия представляет собой прививание у людей некой сопричастности к актуальным темам мира: они пользуются одинаковыми видами средств массовой информации, их издательствами, публикациями, программами, оценивают события однотипно и равнозначно, таким образом, добывается доверие к работе СМИ и подчинение его установкам. Эту проблему изучал М. Маклюэн, который в свою очередь утверждал, что между медиа и медиумом можно поставить знак равенства, то есть с «тем, кто обеспечивает связь с надмирными пластами реальности» [10]. Так как в данной статье рассматривается меж-

дународное информационное пространство, можно сказать, что имплозия несет глобальный характер, в связи с тем, что практически каждая страна в мире имеет возможность пользоваться всеми видами СМИ. Такого рода медиакommunikация в настоящее время работает в форме «многие с многими», нежели раньше медиакommunikации происходили в одностороннем порядке «один к многим». Полилог (многостороннее общение) связано с современными возможностями обратной связи, прямого контакта коммуникатора и реципиента, что отражает сущность постмодерного, развитого общества. Но с другой стороны можно обнаружить парадоксальное явление: в стране демократического режима, в котором СМИ «свободны», медиа владеет латентным тоталитаризмом.

#### Литература

1. Гаджиев Камалудин Серажуудинович «Гибридные войны» в современном мире // Власть. 2016. №10.
2. Кузьминская С.И. «Образ врага» в современной политической мифологии // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. №3.
3. Гасанов И. Б. Национальные стереотипы и «образ врага» / И. Б. Гасанов. – М.: Российская академия управления, 1994.
4. Цыганков П.А. “Гибридная война”: политический дискурс и международная практика. Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2015.
5. Козырев Г.И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях // Г.И. Козырев // Социс. – 2008. – № 1.
6. Козырев Г.И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях // Социологические исследования. 2008. Т. 7. № 1.
7. Фоменко Татьяна Андреевна Образ врага как стереотип мышления // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. №2.
8. Пронина Л.А. Информационная культура как механизм саморегуляции общества // Философия, социология и культурология: Вестник ТГУ. 2012. Вып. 3 (107).
9. Калмыков А.А Шляго В.О. Эксплозия коммуникации современного медийного продукта/ Вестник РГГУ №3 (5) – М., 2016.
10. Клушина Н.И Образ врага: о военной риторике в мирное время // Рус. речь. – 2006. – №5.



**Голованова И.С.**

**Репрезентация образа политического лидера в международных и российских средствах массовой информации**

**Аннотация:** Современные средства массовой информации умело создают информационные поводы в интересах различных общественно-политических сил и расставляют нужные акценты политической реальности.

**Ключевые слова:** образ, формирование образа лидера, лидерство, политический лидер, продвижение образа лидера, репрезентация образа, стереотип, образ врага, средства массовой информации.

**Abstract:** Modern mass media creates information occasions in the interests of various social and political forces and places the necessary accents of political reality.

**Key words:** image, leadership, leader, political leader, representation of the image, stereotype, enemy image, mass media.

Кудабай А.А.

### **«Алгоритмы» рекламы и ошибки игнорирования поведенческого фактора**

*Информационные потоки подчиняются  
не только их создателям,  
но и собственным закономерностям.  
Г.Г. Почепцов*

Утверждать, будто реклама является наукой точной, было бы явным преувеличением. Как и говорить о том, что человек строго подчинен в своих поступках каким-либо универсальным законам. Поведение индивида обусловлено и детерминировано множеством факторов, говорящих скорее о неограниченном количестве возможных вариаций выбора и решений. «Наше реальное психологическое существование наполнено чувствами, мыслями и действиями такими, как мы есть – здесь и сейчас. Эти феномены скоротечны – быстро возникают и исчезают – многоуровневы (включая метауровневую рефлекссию), и коллективны (индивиды – будучи людьми или представителями биологического вида – вотканы в широкие социальные сети). Более того, психологические феномены, имеющие место здесь-и-сейчас (действия, чувства, мысли) направляются их историей (посредством памяти) и антиципациями будущего (постановка целей и действия в направлении будущих целей», – приводит слова авторитетнейшего представителя культуральной психологии Яна Вальсинера профессор, д.психол.н. В.А. Янчук (Янчук, 2017, С.7).

Однако и полагать, что мы не знаем ничего о поведении «клиента» тоже было бы не совсем корректным. Скорее речь идет о сложном, многоуровневом явлении, законы которого оказались намного многограннее, чем предполагалось изначально, а предсказать реакции отдельных индивидов оказалось не всегда возможным. «Наиболее сложной задачей является нахождение оснований упорядочивания бесконечности знания в области психологической феноменологии, связанной с бытием человека в

условиях социального окружения. Во-первых, это бытие многогранно. Во-вторых, актуализируется в сложном взаимодействии биологического, психического и социального. И чисто психологическую составляющую вне контекста биологического субстрата можно вычленять лишь в абстракции. В-четвертых, сама социальная природа многогранна в контексте ее представленности в контексте мультикультуральности, вносящей аспект наличия выраженных культурных различий, игнорировать которые невозможно ни в области психологии, ни в областях социологии и биологии... В-пятых, на чем конкретно или предметно основываться при попытке инвентаризации бесконечности и многообразия психологического знания» (Янчук, 2017, С. 303-304).

Что же в таком случае мы можем понимать тогда под «алгоритмами рекламы», и реально ли при таком раскладе само понятие «эффективности рекламного воздействия»? Попытаемся разобраться. Однажды пионер американской рекламы и первый из ее же теоретиков Клод Гопкинс (Claude C. Hopkins) в своей всемирно известной книге «Реклама: Научный подход» написал: «Бытует мнение, что рекламное объявление – это правильно написанный текст. Однако литературные способности имеют к рекламе такое же отдаленное отношение, как ораторское искусство – к умению торговать» (Гопкинс, 2000). К большому сожалению, приходится констатировать и нам, что подобные представления живучи до сих пор, а многим реклама видится лишь сферой действия языковых, лингвистических наук, в лучшем случае сферой деятельности публицистики или журналистики, доходя порой до примитивистского представления о некоей достаточности соответствия языковым, стилистическим и композиционным требованиям. Хотя в свое время еще канадский философ Герберт Маклюэн отмечал: «Слова – своего рода восстановление информации, которое протекает с высокой скоростью и может охватывать собой всю среду и весь опыт. Слова – это сложные системы метафор и символов, переводящих опыт в наши выговариваемые, или выносимые вовне, чувства» (Маклюэн, 2003, С.118). К более сложному представлению приходит сегодня и сама лингвистика, обращая свое внимание к проблемам «кибернетики» языковых коммуникаций, формируя новые отрасли своих исследований. «Современная лингвистика тесно смыкается с другими обла-



Рис. 1

стями знания, становясь одним из направлений антропологии. Тезис об интеграции гуманитарного знания стал сегодня общим местом в обоснованности тех или иных научных проектов в лингвистике, которые уже невозможно представить без композитных ответвлений – психолингвистики, социолингвистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии и др.» (Карасик, 2009, С.176).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что алгоритмы рекламы лежат не на уровне отдельных стилистико-грам-

матических соответствий, а скорее на уровне сигнально-знаковых взаимодействий. В подтверждение такой точки зрения говорит и то, что нередко, хотя тоже и не всегда (намеренно здесь опускаю примеры коммуникативных вампиров, агрессоров и предшествования), рекламные обращения казалось бы идущие в разрез всех вышеобозначенных правил, не теряли при этом потенциал своего воздействия на клиента (рис.1).

Огромное значение здесь имеют механизмы избирательности восприятия, опровергая в свою очередь универалистские теории о возможности влияния любого рекламного обращения. Схематически, это можно было бы представить как ступени, проходя которые информация приобретает ту самую способность воздействовать на сознание, или же оставаться незамеченной. Так, «на первой ступени происходит восприятие знаков, символов, знакомство с ними, на второй – воспринимается только то, что осознается, и здесь важную роль играет подготовленность к восприятию, т.е. наличие определенного запаса знаний (тезауруса), и наконец, на третьей происходит селекция, отбор наиболее значимых для потребителей сведений (Суханов, 1983, С.86). Своего рода подкреплением этой же схемы служит концепция избирательного внимания, избирательного восприятия и избирательно-

сти призыва, приведенные профессором Г.Г. Почепцовым и приписываемые им же Шифману и Канюку. При этом, в случае *избирательного внимания* человек отбирает только те сообщения, которые соответствуют его интересам, и отбрасывает иные. При *избирательном же восприятии*, отбирает лишь то, что соответствует его представлениям. Суммой избирательного внимания и восприятия становится *избирательность призыва*. Человек обращает внимание только на те сообщения, которые помогают ему удовлетворить свои интересы (Почепцов, 2000, С.193-194).

Другим уровнем, на котором способны базироваться «алгоритмы» рекламного воздействия являются непосредственно *биологические* механизмы, если учитывать то, что сам мозг человека, его поведение, ощущения и сознание являются продуктом миллионов лет эволюции своего вида. При этом более древние слои сознания никуда никогда не исчезали, а происходило нечто вроде наслаивания новых слоев на старые, однако при этом потенциал «воздействия» их не сокращался. Так, эмоции и инстинкты, как часть проявлений человеческой психики, оказались намного старше самого нашего рассудка, разума и лежат в более древних по времени зарождения частях нашего мозга – в *рептильном мозге* (отвечающем за инстинкты) и *лимбической системе* (ответственном за эмоции) /рис.2/. Разум же, а соответственно наш сознательный выбор, логика и поведение, зародились сравнительно недавно и относятся к более молодой его части – *неокортексу* (от лат. нео – «новый» и cortex «кора, корка») (Кудабай, 2018, С. 87). На этом принципе основаны многие так называемые *иерархические концепции* человеческих потребностей, наиболее известная из которых «*пирамида потребностей*» американского психолога Абрахама Маслоу, основные положения которой ему удалось изложить в книге «Мотивация и личность» (Maslow, 1954). Как и эта, так и другие подобные теории ставят во главу угла принцип, что человек не будет стремиться к достижению целей бо-

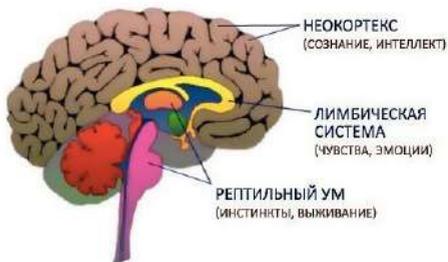


Рис.2

лее высокого уровня, пока не удовлетворит потребность в более примитивных вещах.

Третий, рекламно-алгоритмический уровень – «культурный». А точнее, «архетипно-поведенческий», если принять во внимание то, что современными концепциями само явление культуры рассматривается как «сочетание наученного поведения и поведенческих результатов, компоненты которых разделяются и передаются по наследству членами данного общества» (Linton R., 1936). При этом культура не ограничена понятиями традиция и обычай (хотя и в этом контексте можно обнаружить не менее расширенное понимание – так великий российский этнограф и востоковед Л.Н. Гумилев определял к примеру этнос, как «устойчивый, естественно сложившийся коллектив людей, противопоставляющий себя всем прочим аналогичным коллективам и *отличающийся своеобразным стереотипом поведения*, который закономерно меняется в историческом времени» (Гумилев Л.Н., 2001, С. 152). Сегодня мы приходим к выводу, что это явление спредполагает более сложный комплекс эффектов и следствий когнитивно-поведенческого свойства, действующих как на уровне автоматизма, так и способных транслироваться на подсознательном поле (при этом мы понимаем под «подсознанием» и те вышеобозначенные пласты, имеющие более древнюю историю, и не всегда или чаще неподверженные сознательному контролю). Какие требования может предъявлять непосредственно к рекламным коммуникациям такой уровень алгоритмов? Во-первых, необходимость закладывать изначально в рекламный контент программные элементы, учитывающий механизмы формирования и функционирования таких явлений, как стереотипы, мифы, архетипы, автоматизмы и иные поведенческие паттерны и константы. «Реклама не только информирует, она обращается к ассоциациям и чувствам потребителя, и в этом ее сущность. Реклама – это нечто большее, чем просто информация», – пишут российские исследователи А.Владимирская и П. Владимирский (Владимирская, 2005, С. 13-14).

Другая сторона этого же уровня, необходимость учитывать психологию «архетипического» восприятия аудитории, где практически каждый элемент может предстать в качестве своеобразных *культурных кодов* (Clotaire, 2006), позволяющих мо-



Рис. 3

ментально проводить распознавание объектов, соотносящихся или неотносящихся к определенной группе, общности. Корни такого явления также лежат глубоко в процессах эволюционного развития человеческого вида, заставлявших вырабатывать те самые *маркеры*, которые

безошибочно позволяли определять чужаков, потенциально могущих нести опасность группе или индивиду. Так подсознательно, категория «мы» будет обозначать для нас то самое знакомое, полезное, безопасное, напротив же категория «чужое» будет сигнализировать о странном, нездешнем, зловещем, несущим угрозу для жизни себя и близких. И в этом отношении, элементы культуры и традиции будут тоже обозначать усложнённые во времени, наслаиваемые друг на друга, отбираемые из поколения в поколение, – *коды идентификации*. В этом же случае, массовая, рекламная коммуникация, не принимающая во внимание, не учитывающая или использующая неверно «культурные коды», рискует предстать в виде отсылки сигналов, требующих от аудитории проявлений особой настороженности и бдительности, а порой вызывающих в нас бурю протеста и агрессии (рис.3). «Культура – это набор кодов, которые предписывают человеку определенное поведение с присущими ему переживаниями и мыслями, оказывая на него, тем самым, управленческое воздействие» (14).

Указанные выше «алгоритмические» уровни, говорят скорее о необходимости учитывать все эти факторы, не ограничиваясь стилистико-структурными требованиями, о важности учета тр(х «пластов» действия рекламного обращения, нежели о жесткой программируемости всей рекламной коммуникации. И как бы подтверждение тому, количество реально и эффективно сплани-

рованных до конца и доведенных до планируемого воздействия рекламных обращений, в общем срезе всей рекламы, остается несравненно меньшим, в противовес обращений оказывающихся вне поле зрения потребителя, и в конечном итоге так и не достигающих программируемого результата. И при этом говорить о том, что излишнее рвение в изучении «глубинных» пластов человеческого поведения при формировании контента и отстройке массовых коммуникаций будет бесполезно и излишне было бы тоже ошибочным; скорее большинство этих же случаев подтверждает догадку о недостаточной проработанности рекламной коммуникации, упущении отдельных важных моментов и формальном подходе к формированию обращений. «Чем больше мы постигаем биологию процесса принятия решений, тем больше у нас появляется возможностей создавать методы, апеллирующие именно к тем отделам мозга, которые отвечают за эти решения», пишут авторы известной книги «Партизанский маркетинг: Добро пожаловать в маркетинговую революцию» (Левинсон и др., 2006, С.9).

#### Литература

1. Владимирская А., Владимирский П., Нестандартный учебник по рекламе: Рекламные игры для взрослых. – Рн/Д, Феникс, 2005
2. Гумилев Л.Н., Этногенез и биосфера земли. – СПб.: «Кристалл», 2001
3. Карасик В.И., Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009
4. Клод Хопкинс, Реклама: Научный подход. – М.: Альфа-Пресс, 2000
5. Кудабай А.А., Манипулятивные составляющие коммерческой рекламы. – А.: Казак университеті, 2018
6. Левинсон Дж., Хенли П., Партизанский маркетинг: Добро пожаловать в маркетинговую революцию. – М.: СПб.: Питер, 2006
7. Маклюэн Маршалл Герберт, Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – М.: Жуковский, Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003
8. Почепцов Г.Г., Паблик Рилейшнз для профессионалов. – М.: Релф-бук, К.: Ваkler, 2000
9. Суханов А.П., Информация в жизни человека. – М.: Политиздат, 1983
10. Янчук В.А., Социокультурно-интердетерминистская диалогическая метатеория интеграции психологического знания// От истоков к современности: 130 лет Московскому психологическому обществу: Материалы юбилейной конференции: Том 6 – М.: Когито-Центр, 2017
11. Clotaire R. (2006) *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do*. New York
12. Linton R. (1936) *The Study of Man: An Introduction*. N.Y.
13. Maslow, A.H. (1954). *Motivation and Personality*, Harper & Brothers Publ.
14. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)



**Кудабай А.А.**

**«Алгоритмы» рекламы и ошибки игнорирования поведенческого фактора**

**Аннотация:** Автор обращает внимание на необходимость учета трех уровней конструирования рекламных коммуникаций: языкового, биологического и культурно-поведенческого, в противовес широко распространенному принципу формирования рекламы согласно стилистико-композиционным требованиям. Указывает на значение этих уровней и дает разъяснение на этой основе распространенных в рекламе ошибок.

**Ключевые слова:** Массовые коммуникации, реклама, пирамида потребностей, потребительское поведение, архетипы, стереотипы, автоматизмы.

**Abstract:** The author draws attention to the need to take into account the three levels of designing advertising communications: linguistic, biological and cultural-behavioral, in contrast to the widespread principle of formation of advertising according to the stylistic and compositional requirements. He points out the significance of these levels and gives an explanation on this basis of the errors common in advertising.

**Key words:** Mass communications, advertising, pyramid of needs, consumer behavior, archetypes, stereotypes, automatisms.

**Андатпа:** Автор, стилистика мен композициялық талаптарға сәйкес жарнаманың кең таралған принципіне қарсы жарнама коммуникацияларын жобалаудың үш деңгейіне: лингвистикалық, биологиялық және мәдени мінез-құлыққа назар аударады. Бұл деңгейлердің мәнін көрсетіп жарнамада жиі кездесетін қателіктердің негізіне түсініктеме береді.

**Түйін сөздер:** Бұқаралық коммуникациялар, жарнама, қажеттілік пирамидасы, тұтынушылық мінез-құлық, архетиптер, стереотиптер, автоматизмдер.

Лифанов С.А.

### **Библейская семантика: специфика и трудности перевода**

Библия представляет собой собрание религиозных книг. Слово «Библия» древнегреческого происхождения. На языке древних греков оно означало «книги».

В наше время мы обозначаем этим словом не всякие книги, а одну определенную книгу, состоящую из нескольких десятков отдельных религиозных произведений. Стоит учитывать и то обстоятельство, что на протяжении всей истории человечества, вплоть до наших дней, религия была неотъемлемым атрибутом жизни общества, волнующие людей проблемы облекались в религиозную форму. Поэтому мы можем рассматривать Библию как произведение, в котором нашли отражение реальные проблемы человечества на определенном этапе его истории. Многие в истории священных книг остаются до сих пор неясным, как неясно многое в истории других литературных произведений древности.

Актуальность исследования библейских текстов определена рядом факторов. Во-первых, Библии удалось выйти за границы региона, в котором она возникла. В настоящее время к содержанию библейских текстов, их стилю и семантике обращаются не только представители различных ветвей христианства, но и многочисленные новые религиозные культуры. Исторически происхождение Библии связано с иудаизмом. Книги Ветхого Завета появились еще в древнееврейской религии. Вторая часть Библии – Новый Завет знаменует создание новой христианской религии. Уже с середины II в. до н. э. она была переведена на греческий язык, позднее на латинский язык, превратившись в достояние всего мира.

Во-вторых, следует упомянуть, что в тоже время между иудаизмом и христианством и далее между отдельными вероисповеданиями христианской религии (католицизмом, протестантизмом, православием) существуют расхождения в отношении каноничности некоторых библейских книг. Наконец, важно от-

метить, что Библия оставила неизгладимый след в культуре человечества, выйдя за пределы чисто религиозного опыта – в истории литературы, изобразительного искусства и музыки и др. Библейские сюжеты, семантика и символическое содержание выходят за рамки религиозного опыта или даже религиозных искусства и литературы. Начиная с эпохи Возрождения сюжеты Библии становятся частью классической живописи и скульптуры в их светском воплощении. А, в современное время, по мотивам Библии и с ее «участием», сняты кинофильмы в самых различных жанрах, начиная от классических пересказов евангелистских историй («Иисус из Назарета», 1977) – до мюзиклов или даже фильмов в жанре научной фантастики, где сюжет разворачивается в постапокалиптическом мире («Книга Илая», 2010).

Важно отметить, что исследование библейских текстов сохраняет свое практическое значение и в современном религиозоведении.

В качестве примера можно упомянуть, что стилистика и символика библейских текстов используются в контексте формирования вероучения не только традиционных ветвей христианства, но и, так называемых новых религиозных культов, сект. Так, по образцу Библии изложено учение в одноименной книге «Последний Завет», изданной основателем «Церковь последнего завета», иначе, называемой сектой Виссариона (Россия, Красноярский край, 1991). Можно отметить, что несмотря на эклектичное содержание, стилистическое сходство с библейским текстом, создает дополнительную привлекательность этому весьма сомнительному произведению.

Библия одна из древнейших книг, дошедшая до нас. Хотелось бы сказать, что в своем первородном виде, но с течением веков она видоизменялась и дополнялась, иногда даже беспощадно искажалась.

*«Современная Библия обычно представляет собой очень толстую книгу, в которой более тысячи страниц. Различные части Библии были написаны разными людьми в течение долгого периода времени, вероятно, до 1500-2000 лет. Только позднее эти многочисленные отдельные части» [1].*

Как не странно, мы до сих пор не знаем, кто автор этой книги, которую так часто читают, критикуют и спорят и когда ее фраг-

менты окончательно были собраны в одну книгу. Библия предположительно написана более сорока авторами. И у каждого из этих авторов было свое мышление и свои уникальные условия написания различных отрывков. Из Библии вырывались страницы, предложения, строки и абзацы. К этому причастны, как служители и последователи первых церквей, так и переводчики, надо не забывать, что изначально Библия была написана на иврите и состояла только из Ветхого завета или «Танаха», или «Торы».

*«В ней собрано много сказок и преданий, каких можно встретить у любого пастушеского и земледельческого народа. В Библии есть некоторые отрывочные сведения из действительной еврейской истории, но в продолжении веков эти рассказы передавались из уст в уста, переписывались малограмотными переписчиками, дополнялись позднейшими вставками, часто совершенно выдуманскими, так что трудно даже отличить, где выдумка. В Библии имеются и воинственные песни, и нежные любовные песни вроде «Песни песней» Соломона, и описания природы, и свободы законов разных времен, родословные, и летопись описания обрядов, и собрания изречений, повести романы и притчи, размышления о прошлом и будущем» [2, с. 7].*

Но что же все-таки есть Библия? На этот вопрос многие отвечают, что это – священная писания христиан, божественная книга, составленная если не самим богом, то его поверенными. Первой Библией, если так можно сказать является «Тора». Но если мы обратимся к истории, то мы увидим, что она не самая старшая книга, так как у многих народов сохранились письменные памятники куда более древние. И сама Библия составлена в разное время. Существуют множества переводов Библии, написанной в начале на древнееврейском языке, а затем и на других. Эти переводы разнятся один от другого и они же были неоднократно пересмотрены профессорами богословия, об этом нам сообщает Ем. Ярославский. Один из примеров:

*«Земля же была безвинна, и пустота, и тьма над бездною; и дух божий носился над водою» (Быт. 1,2) здесь нам повествуется о том что было до создания богом неба и земли. А вот как он звучит на еврейском как сообщает Ем. Ярославский «Земля же была пуста и пустынна (по еврейский: Того вабогу) и тьма*

*лежала (весела) на океане (по-еврейски: Тегом), и дух божий (по-еврейски: руах Элогим) носился над водою(гамаим)».*

Здесь есть один момент – слово *тогу* или *тога* можно встретить в греческом обозначающим «покрывало» или одежду горожан в Греции. То есть если переводить на греческий этот фрагмент можно перевести как «покрывало все пустота и тьма». Слово «Элогим» или «Элохим» схоже, в первую очередь, со словом аккадского происхождения «Эль», означающим бога или дух бога. Также аналогичное значение есть и в арабском соответствующее слову Аллах, и точно такое же значения встречается – в сирийском, угаритском языках. И слово *Элохим* означает Бога во множественном числе для выражения уважения и возвышения Всевышнего над всеми другими.

Вернемся к рождению Библии и к вопросу где зародилось само слово. В двадцати милях на север от г. Берита (современный Бейрут) в начале нашей эры еще располагался богатый финикийский город Гебал. Бывавшие там греки называли его Библ, где важнейшим товаром, покупаемым торговцами разных стран, был папирус – самый распространенный в то время материал для изготовления рукописных книг. И по названию города древнею бумагу назвали греческим словом «Библос». И сочинения, которые писались на нем, а затем и на пергаменте – телячий коже стали называться словом во множественном числе «Библия», то есть то, что мы знаем сейчас как «Книги» или как «Свитки», относившиеся к любому сочинению. Но само написания на этих видах так сказать бумаги было еще тем удовольствием:

*«Отдельные куски папируса последовательно склеивались, в результате чего получалась длинная полоса папируса, которая наматывалась на палку. Для удобства пользования свитком длинна папирусной полосы была ограничена длина среднего греческо-го свитка литературного произведения превышает 10 м» [3].*

Он был не удобен в использовании и приходилось работать двумя руками одновременно, и если вы решили вспомнить, что вы читали до этого, то вам приходилось вновь сантиметр за сантиметром разворачивать назад. В греко-римском мире литературные произведения распространялись именно в виде папирусов, а точнее свитков. В дальнейшем их складывали пополам и сшивали меж собой. Можно предположить, что запись в папирусах, сши-

тых меж собой была попыткой провести линию меж иудейской папирусной передачей Ветхого завета. Древние авторы разделяли на различные части папирусы, что послужило и искажением множества произведений, так как многие из них терялись. Немаловажным являлась недолговечность папируса. Так же Брюс М. Мецгер говорит:

*«Каждая из двух наиболее объемных книг в Новом Завете – Евангелие от Луки и Деяния Апостолов – обычно занимала целый папирусный свиток длиной 9,5-9,8 м. Несомненно, это послужило одной из причин того, что Евангелие от Луки и Деяния переписывались отдельно, а не составляли одну книгу»*

И отсюда можно заметить причину недосказанности в различных частях Библии, потому что оригиналы тех текстов откуда были заимствованы или переписаны не дожили до наших дней или вообще были утеряны. Дальнейшая судьба слова Библия стала развиваться в двух направлениях. Одно из них стало латинским во многообразии его значения. В другом слово Библия стало употребляться как слово обозначающие только религиозное книги и сочинения. При том что первые библиотеки стали собираться, что не удивительно, именно при храмах. Одной из древнейших библиотек относится к VII в. до н.э. Это была ассирийская библиотека. В первые века нашей эры слово «Библия» приобрело избирательный характер и перестало употребляться ко всем книгам, закрепившись как религиозные сочинения, которые были отобраны священниками как книги «Богодухновения».

В иудаизме сборник священных текстов получил названия Танах. Об этом нам сообщает Шифман И.Ш в своей книге «Ветхий завет и его мир». Автор пишет: *«Состав Библии канонизированный иудейским властями в I-II в. до н.э. не совпадает с ее составом каким он был в III в до н.э. при первом переводе Библии»* [4].

Это общепризнанный в иудаизме сборник канонических текстов, то есть «Танах», позднее значительная часть его войдет в Библию христиан как Ветхий завет, в который включены тридцать девять сочинений, объединенных в двадцать четыре книги. Естественно, все они были написаны на иврите и самые древние из них передавались исключительно из уст в уста до появления письменности. К самым архаичным и древним записям относится песнь пророчицы Деворы, она датируется 13 в до н.э.

По мнению Иосифа Флавия, в Ветхом завете двадцать две книги. Это объясняется тем, что некоторые книги, представлявшие ранее единое целое, раздроблены на части. Например, Пятикнижие Моисея было прежде одной книгой, а в наши дни оно расчленено на пять самостоятельных глав, книга малых пророков разделена на 12 книг. Этот древний автор можно сказать самолично наблюдал становления христианства, но увы все записи сводятся к одной единственной записи в его сочинении «Иудейская древность».

*«Сам Иосиф Флавий принадлежит к числу самых любопытных людей древности Его личность была настолько сложна и парадоксально противоречива, что по сей день никто, в сущности, не сумел ее разгадать до конца» [5, с. 12].*

Самый древним переводом можно считать «Таргум». Древнееврейское слово «таргум» означает «перевод». «Таргумами» принято называть самые первые, очевидно, в истории переводы Библии. И первым языком воспринявший, библейскую мудрость был (кроме древнееврейского) арамейский распространенный в эпоху персидского господства в Палестине в VI -IV вв. до н.э. и ставший языком большинства евреев. И так, Таргум не только священный текст для самих евреев, но и источник, который познакомил других с этим текстом на обширной территории. Различные варианты Таргума не являлись точными и буквальными, он сопровождался различными мифическими комментариями неведомых авторов, что породило необходимость в упорядочивании переводов. Так возник единый вариант среди множества таргумов – «Таргум Онкелос» названный по имени переводчика. Этот перевод являлся наиболее точным среди других переводов Библии (Танаха). Но история не стоит на месте и вскоре арамейский был вытеснен его западным диалектом. На который тоже проводились переводы. Следующим переводом являются греческий и латинский переводы.

Если в Таргуме были просто дополнения и искажения, то с этим переводом начинается полное расхождение смыслов. Септуагинта – это древнейший перевод Библии уже на греческий язык, включающий перевод 50 книг в том числе тех книг, которые не входили в состав Танаха. На данный момент Септуагинта не знает разделения и систематизации книг, которая произойдет поз-

же. Но уже видны замысел и начальная структура. Расхождения между Септуагинтой и еврейским канонem не исчерпываются ее составом. В них можно заметить расхождения как в заголовках, названия книг, так и в композициях, и в самом тексте. Пример:

- Иудейский канон *«Слово о тире. Плачьте корабли таршишские ибо он разрушен, нет ни домов не ворот. Из страны Киттиев возвещено им ...»*

- Септуагинта *«Слова о тире, Плачьте корабли карфагенские, ибо погиб он, и не кто не придет из страны Киттиев он увиден, пленный»* [4, с.12]

Следящим переводом, который стал самым распространенным стала, и соответственно не менее известным или изученным является «Вульгата». Этот перевод вызывает еще больше вопросов, чем предыдущие переводы, поскольку он уже включает и Новый завет. Как и прошлые переводы он имел разных переводчиков и редакторов, известных или не известных. Со временем еврейские тексты перестали быть лишь еврейскими. Появилось христианство, оно дополнило своими книгами еврейские, требуя согласования и единообразия. Библия на данный момент еще не до конца имеет законченный вид, ведь еще идет составления апологии и защиты уже существующих книг и положений от нападок со стороны «варварских» политеистических религий. Книги переписывались все еще на древнегреческом. Победив войну за свое существование и став в 4 в н.э. религией государственного масштаба христианство знаменует закат греческой культуры и греческого языка. Но греческая философия и ее дух, как мы знаем из истории, еще не раз потревожит как и восток, так и запад. Хотя в богослужения основным пока еще остается греческий, который стал непонятен большей части населения тогда еще Римской Империи. Стихийно стали появляются переводы каждый из них мог различаться от оригинала, обычно ее переводили на разговорную латынь.

В заключении возможно отметить, что собственно генезис христианской литературы происходит на стыке двух культурных, языковых, стилевых миров – еврейско-арамейского и греческого. Принципиальными характеристиками библейского текста можно считать соавторство (многоавторство), не считающееся критической характеристикой. Значительным фактором в развитии



библейских текстов было стремление к достижению понимания. Этапы становления библейских текстов, в том числе его переводы знаменуют и этапы развития и видоизменения христианства, от апологетики и реформации.

Критерий «понятности» не утрачивает свое значение и в Новое время и даже в XX веке, поскольку становится главным аргументом в пользу создания новых переводов Библии, например, на английский язык. В современное время в рамках протестантских направлений принято делать смысловые «переводы» библии и издавать ее в картинках, комиксах, Библия для детей, начинающих прихожан и т.д. Смысл этих действий понятен – многие символы, слова, понятия просуществовав более 10 веков, устаревают, а религиозным культам необходимо быть понятными и востребованными. Здесь немаловажное значение имела и имеет миссионерская деятельность по распространению христианства и его сект. Таким образом, Библия остается в определенном роде книгой социально-политической, и эта ее роль не уменьшается в настоящее время.

Подводя краткий итог возможно упомянуть еще об одном древнем переводе Библии – Пешитта, указывающем на культурный ареал распространения библейского мировоззрения. Этот перевод Библии I-III в н.э. **Он выполнен на сирийском предположительно с одного из Таргумов.** Начиная с V в.н.э эта книга попадает в Казахстан и выполняет главную роль до появления славянской Библии. Сирийский язык также длительное время являлся языком межнационального общения, и в Казахстане, и в центрах оседлой жизни. Пешитта по объему меньше традиционной она включает лишь свободную версию четырех евангелие. Но именно она значительный отрезок времени является символом Христиан народностей, населявших территорию современного Казахстана и в последствии легла в основу переводов на тюркский и уйгурский язык.

#### Литература

1. Даули Т. История Библии. – М.: Российское Библейское общество, 2001. – 32 с.
2. Ярославский Ем. Библия для верующих и не верующих. – М.: Гос. Изд-во политической литературы, 1959. – 408 с.

3. Мецгер Б.М. Текстология Нового Завета. Рукописная традиция, возникновение искажений и реконструкция оригинала. – М.: Библейско-богословский институт св. апостола Андрея, 1996. – 336 с.
4. Шифман И.Ш. Ветхий завет и его мир: Ветхий завет как памятник литературной и общественной мысли древней Передней Азии. – М.: Политиздат, 1987. – 240 с.
5. Косидовский З. Сказания Евангелистов. – М.: Политиздат, 1987. – 256 с.
6. Кривелев И.А. Библия. Историко-критический анализ. – М.: Политиздат, 1982. – 255 с.
7. Кривелев И.А. Происхождение Библии. Из истории библейской критики. – М.: Наука, 1964. – 284 с.

**Лифанов С.А.**

**Библейская семантика: специфика и трудности перевода**

**Аннотация:** Статья посвящена анализу проблем формирования библейских текстов в контексте истории их перевода на различные языки, берущей начало еще в дохристианский период. Различные проблемы, связанные с анализом семантики вероучительных текстов, возникают уже в ранние периоды развития религиозных систем. В сфере религиозного сознания этому способствуют различные способы кодификации текстов, их символическое, образное содержание, переводы и традиции последующего толкования текстов. В тоже время исследование библейских текстов сохраняет свое практическое значение и в современном религиоведении. В настоящее время к содержанию библейских текстов, их стилю и семантике обращаются не только представители различных ветвей христианства, но и многочисленные новые религиозные культы. Библия оставила неизгладимый след в культуре человечества, выйдя за пределы чисто религиозного опыта – в истории литературы, изобразительного искусства, музыки и др. Библейские сюжеты, семантика и символическое содержание выходят за рамки религиозного опыта или даже религиозных искусства и литературы.

**Ключевые слова:** семантика, священные тексты, христианство, Библия, религиоведческие исследования.

**Lifanov S.A.**

**Biblical semantics: specifics and difficulties of translation**

**Abstract:** The article is devoted to the analysis of the problems of the formation of biblical texts in the context of the history of their translation into various languages, dating back to the pre-Christian period. Various problems associated with the analysis of the semantics of doctrinal texts arise already in the early periods of the development of religious systems. In the sphere of religious consciousness, this is facilitated by various ways of codifying texts, their symbolic, figurative content, translations and traditions of the subsequent interpretation of texts. At the same time, the study of biblical texts retains its practical significance in modern religious studies. At present, not only representatives of various branches of Christianity are turning to the content

of biblical texts, their style and semantics, but also numerous new religious cults. The Bible has left an indelible mark on the culture of mankind, going beyond purely religious experience – in the history of literature, visual arts and music, etc. Biblical subjects, semantics and symbolic content go beyond religious experience or even religious art and literature.

**Key words:** semantics, sacred texts, Christianity, Bible, religious studies.

*Работа выполнена 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.*

УДК 002:636.02

**Пасечко Д.-В. Д.**

научный руководитель: Лебедева Н.А.

### **Зарубежные публикации украинских учёных: проблемы и пути их преодоления**

**Постановка проблемы.** Украинская наука является частью мировой, и поэтому не может существовать отдельно, она постоянно взаимодействует с научными школами других стран, это взаимодействие проявляется в сотрудничестве и конкуренции. Современный мир – развивается очень стремительно, поэтому новые знания приобретают особую ценность и чем больше их создается и внедряется в жизнь, тем больше растет конкурентоспособность страны. В то же время общеизвестным фактом является отсталость украинской науки по сравнению с науками развитых стран и развивающихся [20]. Причинами этого явления называют низкий уровень финансирования, упадок образования, оторванность науки от производства. Зарубежная публикационная активность является одним из показателей, который отражает положение отечественной науки относительно национальных и мировой. Поэтому знание причин негативных явлений и способов их преодоления, позволит в будущем их ликвидировать.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Ведущими исследователями в области наукометрии в Украине являются А.И. Мриглод, Л.И. Костенко, А.А. Гальчевский, Т. В. Симоненко и Е. Кухарчук. Ими и другими исследователями, изучались вопросы состояния украинской науки по сравнению с другими [20, 23, 32], анализировались вопросы использования наукометрических ресурсов [23, 27], в том числе и создание отечественных [23], совершенствовалась нормативная база оценивания научной деятельности [36], исследовалось Интернет декларирования достижений отечественных ученых в Google Scholar (ГС) [21, 24, 25], оценивались перспективы включения отечественных журналов, в том числе аграрных, в Scopus и Web of Science (ВОС) [24, 29] и т. Они констатировали отсталость отечественной науки по сравнению с другими странами, в том числе с Россией, и отмеча-

ли, что количество украинских зарубежных публикаций, как и их качество – низкая [20]. Причины низкой зарубежной активности отечественных ученых анализировались отечественными и зарубежными экспертами [35].

**Методы исследования.** Авторы пользовались методами наукометрии, экономическими, а также общепринятыми для научного познания методами анализа, синтеза, сравнения. Основные рабочие ресурсы: Google Scholar, Scopus, Scimago journal & country rank, Библиометрика украинской науки (БУН).

**Постановка задачи.** На примере зоотехнической науки определить проблемы, которые мешают украинским ученым публиковаться за рубежом и найти пути их решения.

**Изложение основного материала.** Развитие украинской зоотехнической науки можно сравнивать с мировым или национальным различными способами: по рейтингу научной деятельности университетов, по количеству наград в сфере наук о животных, по количеству изобретений, а также по количеству и показателям цитирования статей в международных наукометрических базах, таких как Google Scholar, Scopus и Web of Science. Именно последний вид сравнения, как более доступный и объективный, рассматривается в исследовании.

По данным Scimago journal & country rank в области наук о животном и зоологии (1996-2016) Украина занимает 59 место среди 225 стран мира, однако, по всем научным отраслям Украины занимает 40 место [1]. По 2016 по наукам о животных – 49 место, по всем наукам – 47 [1]. В 2016 году в этой области было опубликовано 108 научных работ, в том числе 62 в Вестнике зоологии (57,4% статей), таким образом, исключительно в области зоотехнии было опубликовано 46 научных работ [1] (все в зарубежных изданиях, поскольку собственных – нет). Это при том, что в области зоотехнии работает 9 институтов [17], и 14 университетов [18]. Только 2 ученых имеют индекс Хирша больше двадцатого (экономисты), только один аграрный университет попал в рейтинг, и опять двое его представителей – экономисты. По данным другого рейтинга с индексом Хирша более 40 – ни одного агрария нет, а больше тридцатых представителя из Института аграрной экономики [3]. Анализ цитирований в Scopus показал, что ни один ученый из Национальной академии аграрных наук

или аграрного университета не имел индекс Хирша выше или равен 20 [3]. По данным 2014-2016 годов по количеству публикаций было отмечено, что количество публикаций Scopus сократилось с 11 до 4 в год, уровень цитирования также сильно упал [3]. Итак, основная публикационная активность в области наук о животных приходится именно на университеты. Среди 109 университетов Украины, которые должны публиковаться в Скопус, вошли 4 аграрных университета: НУБиП – 60 статей, ЛНУ ветеринарной медицины – 16 статей, Сумской НАУ – 6 статей и Днепропетровский ДАЕУ – 5 статей [3].

Приведенные данные отражают в основном состояние аграрной науки по сравнению с другими. Поскольку один из авторов является представителем зоотехнического направления аграрной науки, которая в настоящее время является стратегическим научным направлением в развитии нашей страны, вследствие сложившейся социально-экономической и политической ситуации, решено исследовать наукометрические показатели ученых-зоотехников, для чего был проведен анализ научных профилей ученых в Scopus, исследование охватило ведущее учреждение НААН в области зоотехнии – Институт биологии животных и университеты, которые имеют публикации Scopus та Web of Science [3]. Анализ проводился по количеству цитирований и индексом Хирша в обеих базах. Самые высокие показатели имел академик В.В. Влизло из Института биологии животных – 757 цитирований в ГС [2, 7] и 9 в Scopus [3] и индекс Хирша – 14 [2, 7] и 2 (Scopus) [4]. Наибольшее количество цитирований (48) и наивысший индекс Хирша в Scopus – 3 имела Степченко Лилия [4]. В целом, средний индекс Хирша ГС академиков НААН и известных профессоров составляет 10, член-корреспондентов и профессоров – 7-8 [2]. Для того, чтобы качественно оценить полученную информацию решено сравнить результаты лучших отечественных ученых-зоотехников с результатами их коллег из передовых аграрных университетов: Орхусского – Aarhus (Дания), Еврейского – Hebrew (Израиль) и Варшавского университета наук о жизни – WULS (Польша) [15]. Эти страны превосходят Украину по количеству статей, наличию журналов по зоотехнии в Scopus (3 польских, по одному у израильян и датчан) [1], а избранные университеты по научному рейтингу превосходят [15]

лучший агроуниверситет Украины – НУБиП [29]. При этом они не входят в десятку стран лидеров [1]. Результаты сравнения в табл. 1.

Таблица 1

**Наукометрические профили  
лучших ученых университетов**

Показатели	ІБТ	НУБиП	ЛНУ вет.	СНАУ	ДДА- ЕУ	Aarhus	Hebrew	WULS
Цитирова- ния ГС [3,8]	757	231	508	611	362	5041	6372	390
Хирш ГС [3,8]	14	9	11	12	9	40	44	12
Цитирова- ние Скопус [5]	9	0	1	0	48	2940	3773	186
Хирш Скопус [5]	2	0	1	0	3	30	36	8

Как мы видим – показатели украинских ученых отличаются не только более низким уровнем цитирования, но и тем, что они слабо представлены в самых цитируемых журналах, так двое из пяти вообще не цитируются в Scopus, а другие – имеют низкий уровень цитирования. В то время как у зарубежных коллег – эти показатели меньше на 20-30%. Итак, украинские ученые представляют собой меньшую значимость для мирового сообщества, поскольку не являются цитируемыми в наиболее известных журналах. Всего в Scopus представлено 356 журналов на животно-водческую тематику [1] (44 открытого доступа [34]), около половины из них являются исключительно зоологическими или таковыми, которые не публикуют работ прикладного характера. Интерес для наших исследователей могут представлять также и журналы, которые не включены в рассмотренные выше базы данных, но могут быть включены в ближайшем будущем, а также журналы с узкой тематикой, которые индексируются во многих базах: Research Bib, Index Copernicus, Ulrich's Web, World Cat , Global Impact Factor, AGRIS тому подобное.

Низкую международную активность могут обуславливать такие группы проблем:

1. Языковые – низкий уровень знания английского языка, особенно принятой в мире терминологии. Надо отметить, что низкий уровень знания языка приводит к дублированию экспериментов, поскольку экспериментатор просто не знал, что они уже проведены [20].

2. Нет необходимости. Необходимость – наиболее мощный двигатель человеческого интеллекта. В Украине ученые должны иметь публикации, однако нет четких законов, которые указывают количество публикаций в зарубежных изданиях действующего доцента или научного сотрудника, такая норма есть, только для того, кто претендует на учёное звание – две публикации в Scopus или Web of Science [30].

3. Финансовые – сложно выполнить такое исследование, которое бы заинтересовало престижные журналы, поскольку на это нет средств. В отечественных учреждениях оборудования часто является устаревшим, современные исследования требуют реактивов, компьютерных программ. Так студенты НУ-БиП научились идентифицировать пчелиную обножку спектрометрическим методом в Словацком аграрном университете. Они работали на приборах Nicolet 6700 FT-IR Spectrometer и Lovibond SP62 S / N 044929 [8], которые вместе стоят больше 10 000 долларов [10], подобного оборудования у украинских аграрных вузов нет.

Написать качественную научную статью невозможно без изучения передового зарубежного опыта, который в большинстве случаев представлен в престижных журналах. Доступ к содержанию большинства престижных журналов является платным, одна статья стоит 25-30 долларов. Кроме того, часто не хватает средств на публикацию в журнале, так одна страница в Journal of Dairy Science стоит – 140 долларов [14], а в Japanese Journal of poultry science – 52 доллара [16], публикация статьи в Чешском журнале наук о животном стоит 200 евро без НДС [6] (НДС в Чехии 21%). Это довольно значительные суммы. Для наглядности проведен анализ количества публикаций в Вестнике НУБиП и в нескольких зарубежных журналах, которую могут себе позволить за месячную зарплату украинские



[13], датские [11], израильские [9] и польские ученые [12], размер условной статьи – 10 страниц, данные отражены в табл.2

Таблица 2

**Сравнение количества публикаций  
разными учеными по зарплате**

Издания	Стоимость публикации в долларах США	Украинец	Поляк	Датчанин	Израильянин
Заработная плата в долларах США	-	262	850	3000	2270
Вестник НУБіП	12,92	20,3	65,9	232,6	176,0
Journal of Dairy Science	1400	0,19	0,61	2,14	1,62
Journal of Animal and feed Science	470	0,56	1,80	6,37	4,82
Japanese Journal of poultry science	520	0,50	1,63	5,77	4,37
Animal Reproduction	330	0,79	2,58	9,09	6,88

По данным ЮНЕСКО за 2013 год – расходы на ученого в США составляют 190 тыс. долларов в год, а в Украине – только 9,3 тысячи – столько же, сколько в Албании [19].

4. Страх нового – человек всегда опасается чего-то нового и необычного, сюда может добавляться и недооценка собственной работы и переоценка и преклонение перед зарубежными. Кроме того, человек может впасть в отчаяние, если ему откажут в публикации работы.

Каждая группа проблем представляет собой значительный барьер, а их комбинация – может привести к состоянию полной безнадежности. Однако, нет таких проблем, которые нельзя было бы решить.

**Перспективы дальнейших исследований.** Заключаются в изучении зарубежных подходов к подготовке ученых в аспирантуре в области наук о животных, которое поможет усовершенствовать отечественные методы подготовки ученых.

### Литература

1. Scimago Journal & Country Rank [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.scimagojr.com>.
2. Google Scholar Profiles [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://scholar.google.com.ua>.
3. Бібліометрика української науки Аналітика [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?page\\_sites=formy](http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?page_sites=formy).
4. Поиск профиля автора [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.scopus.com/freelookup/form/author.uri>.
5. Вестник зоологии правила для авторов [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.v-zool.kiev.ua/instruct.htm>.
6. Manuscript handling fee [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.agriculturejournals.cz/web/cjas/fees/>.
7. Бібліометрика української науки Пошук [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?page\\_sites=poisk](http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?page_sites=poisk).
8. Актуальні проблеми розвитку тваринництва та рибництва: Зб. тез доп. VI Всеукр. наук.-практ. конф. студ. ОС «Магістр». – К.: НУБіП України, 2017. – 231 с.
9. Postdoctoral Salaries in Israel [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.glassdoor.com/Salaries/israel-postdoctoral-salary-SRCH\\_IL.0,6\\_IN119\\_KO7,19.htm](https://www.glassdoor.com/Salaries/israel-postdoctoral-salary-SRCH_IL.0,6_IN119_KO7,19.htm).
10. For Sale: Thermo Nicolet 6700 FT-IR Spectrophotometer [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.labx.com/item/thermo-nicolet-6700-ft-ir-spectrophotometer/LV37758212#MoreDesc>.
11. Aarhus University salaries in Denmark [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.glassdoor.com/Salary/Aarhus-University-Denmark-Salaries-EI\\_1E479626.0,17\\_IL.18,25\\_IN63.htm](https://www.glassdoor.com/Salary/Aarhus-University-Denmark-Salaries-EI_1E479626.0,17_IL.18,25_IN63.htm).
12. Середня зарплата в Польщі 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://vsetutpl.com/serednya-zarplata-v-polschi-v-2016-rotsi>.
13. Средняя зарплата в Украине составит 7100 грн – Минсоцполитики [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/3686244-srednyaya-zarplata-v-ukraine-sostavit-7100-grn-minsotspolitiki.htm>.
14. Guide for Authors [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.elsevier.com/journals/journal-of-dairy-science/0022-0302/guide-for-authors>.
15. QS World University Rankings by Subject 2016 – Agriculture & Forestry [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2016/agriculture-forestry>.
16. Journal of Poultry Science Information for authors [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.jstage.jst.go.jp/guide/jpsa/8/316-char/en/regulation\\_en.pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/guide/jpsa/8/316-char/en/regulation_en.pdf).
17. Відділення зоотехнії [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://naas.gov.ua/ustanovy/viddilennya-zootehniyi/>.

18. Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.vstup.info/2015/i2015okr1bb3df0820-d768-47b3-81b2-8d4b22d2d91b.html#okr>.
19. Українська наука: як працюють так і платять [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://asn.in.ua/ua/news/publishing/69775-ukrainskaja-nauka-kak-rabotajut-tak-i-platjat.html>.
20. Наука України у світовому інформаційному просторі / І. Мриглод, О. Мриглод // Вісник Національної академії наук України. – 2007. – № 10. – С. 3-18.
21. Наукова декларація – вимога часу / Т. Симоненко // Вісник Книжкової палати. – 2017. – № 1. – С. 26-28.
22. Наукове декларування в е-середовищі університету / О.В. Воскобойникова-Гузєва, В. О. Копанєва, Л. Й. Костєнко // Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету. – 2017. – Вип. 23. – С. 192-198.
23. Національні індекси наукового цитування / Є. О. Копанєва // Бібліотечний вісник. – 2012. – № 4. – С. 29-35.
24. Політика індексації видань у наукометричних базах даних Web of Science та SciVerse Scopus / Д. Соловяненко // Бібліотечний вісник. – 2012. – № 1. – С. 6-21.
25. Google-декларація оцінить роботу науковця / Л. Костєнко // Урядовий кур'єр. – 2016. – № 232 (5852), 9 грудня 2016. – С. 8.
26. Наукометрія: від нумерології до Лейденського маніфесту / Л. Костєнко, Т. Симоненко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського. – 2016. – Вип. 43. – С. 285-295.
27. Використання міжнародних наукометричних баз даних відкритого доступу в наукових дослідженнях / О. А. Гальчевська // Інформаційні технології в освіті. – 2015. – Вип. 23. – С. 115-126.
28. Влізло, В. В., Іскра, Р. Я., & Салига, Ю. Т. (2013). Наукометричні бази даних і можливості реєстрації в них вітчизняних наукових видань. *Вісник аграрної науки*, (1), 5-10.
29. Агроосвіта в рейтингах: в Україні визначили топові аграрні виші [Електронний ресурс] // Україна молода. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://umoloda.kiev.ua/number/3191/159/114063/>.
30. Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1851-12>.
31. J. Mentschel , R. Leiser , С. Мьллинг , С. Pfarrer & R. Claus (2001) Butyric acid stimulates rumen mucosa development in the calf mainly by a reduction of apoptosis, *Archiv für Tierernaehrung*, 55:2, 85-102.
32. Product Details for SEM Zeiss DSM 940 A Digital Scanning Electron Microscope [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.bluelionbio.com/labequip.phtml?lab\\_equip\\_id=286&mode=detail&by\\_category=by\\_category&category\\_id=170&search\\_text=&search\\_num=](http://www.bluelionbio.com/labequip.phtml?lab_equip_id=286&mode=detail&by_category=by_category&category_id=170&search_text=&search_num=).
33. Як там у науковців? [Електронний ресурс] // Ціна держави. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.cost.ua/news/378-science-horiz>.

34. Journals for free: animal sciences [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://journals4free.com/?fq=class:agr&fq=database:scopus&fq=spec:anima>.
35. Петрушина Т. О. Стан в Україні (за оцінками вітчизняних та зарубіжних експертів) / Т. О. Петрушина. // Вісник НАН України. – 2017. – №11. – С. 66–80.

**Пасечко Д.-В. Д.**

**Зарубежные публикации украинских учёных: проблемы и пути их преодоления**

**Аннотация:** в статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются украинские учёные в процессе публикации их трудов за рубежом.

**Ключевые слова:** Scopus, зоотехния, публикации, рейтинг, проблемы.

**Abstract:** the article is dedicated to the problems Ukrainian scientists face by in the process of publishing their works abroad.

**Key words:** Scopus, zootechny, publications, rating, problems.

**Андатпа:** мақалада шетелдік ғалымдардың өз жұмыстарын шетелде жариялау барысында кездесетін проблемалары қарастырылады.

**Түйінді сөздер:** Scopus, zootechny, жарияланымдар, рейтинг, проблемалар.

Sopiyeva B.A.

### **The Language of Politics in the Context of Mediadiscourse**

Multidimensional social activity, realized through language, is reflected in specific patterns of speech creativity, one of which is the language of politics. The language of politics (in a broad sense) includes speech acts that have a specific, specifically organized content, which reflects the myth-making inherent in the society, the system of cultural traditions, social assessments and beliefs. Traditionally sections of public and mass consciousness are fixed by sociologists and culturologists.[1]

Thus, the language of politics is a polyphonic phenomenon in which the various functions of the human language is manifested in their interactions.

The language of politics can be considered as one of the communicative determinants of social technologies [2, 113], which means “the means of regulating the vital activity of human collectives, expressed in the corresponding value-normative systems and social institutions”. With a multi-coordinate view of the language, one of the directions of his study is the approach to language as a means of optimizing the forms of social management, which is obviously in the field of ideology and politics [2, 113].

In this regard, the language of politics is an academic, scientific object. At the same time, it couldn't be a daily, everyday reality, universally placed in the media [3, 145]. In this regard, as R. Corcoran notes, the term “policy language” should be understood as “the language of politics”, for instance, it is a language without special accents in vocabulary or grammar – a language that is determined not by its form but by its content [3, 165].

In “the language of politics”(PL), the addressee, or the author of the message, is impersonal, since he is not represented by a single individual. The role of the author is a private or public institution, or an organization [209, 75], including mass media (periodicals, TV programs, etc.) reflecting the political position of a more or less broad social group. In G.Kressa's opinion, the “the language of politics” is

mastering the social world “imperialistically”, expressing the point of view of one of the public institutions [4, 12].

The addressee of “the language of politics is also impersonal, as large groups of people act as readers, sometimes characterized by similar political views, but on the whole, undifferentiated at a more personal level. The message addressed to them is directed both to the formation of a certain knowledge (cognitive function of the “the language of politics ), and to the introduction of certain value, axiological stereotypes – appraisal norms and beliefs into the public mentality [5, 74].

Given the nature of the communicators, PL can be defined as a phenomenon located between professional language (and therefore definable in terms of functional linguistics and jargon, particular group with its inherent ideology. Thus, the PL pursues two mutually contradictory goals: on the one hand, to ensure mutual understanding among general public ; on the other, to single out a special group of communicators according to the nature of their historical and socio-psychological views [6, 65-83].

The third communicative element is the message itself, which is transmitted from the sender to the recipient , also has a specific filling capacity in the PL, embodied in the form of speeches by political leaders, as well as political articles and news articles published in the press . In their totality, they are defined as different in structure as “political discourses”

The latter are not isolated, but form large, sometimes rival systems (religious discourse, nationalist discourse, discourse of educational institutions, etc.). Each system tends to “colonize” a large territory, and therefore there are dynamic relationships between them [4, 14].

The term “discourse” has an ambiguous interpretation in various contexts. The classical definition of discourse that arose in formal logic is “the language over the sentence” .Moreover, discourse refers to all forms of oral and written speech, or only the way in which oral speech exists . Some researchers draw a distinction between discourse and communication, noting the differences between theoretical and practical strategies in their analysis

Others also differentiate discourse and text as containing hidden theoretical structures and actual linguistic representations. In this case, the discourse is understood as a coherent text linked with

extralinguistic factors, the text taken in the aspect of events, or “text immersed in life” [7, 136-137]. A more general meaning of the term, for example, in the works of M. Foucault, relates discourse to broad, historically developing ways of using language [8,68].

The concept of “discourse” is also close to the notion of “dialogue”, since discourse is communicative act with a specific focus appealing to certain thematic concepts and attracting and using the resources necessary for a successful communicative act (addressing the mental processes of the object and using extra-linguistic means ). Also discourse assumes the presence of two roles – the producer (the author of the message) and the recipient (the addressee, the object). In the process of language communication, the roles of producer and recipient naturally replace one another, thus building a dialogue. In the case where the role of the producer for the whole time (or a sufficiently significant period of time) of the communicative act is assigned to the same person, it is a question of a monologue. In essence, a monologue is a special case of a dialogue, which also has a recipient, because the message implies a certain focus on the object (the recipient) in order to exert some influence.

Discourse is a complimentary communicative phenomenon, which includes a social context that provides information about participants in communication, their characteristics, production processes and the perception of the message. Depending on the semantics of the message and its purpose, as well as the communicative intentions of the author, discourse is built using certain lexical and syntactic units, thus acquiring a number of specific properties.

By defining the media discourse as a whole, one can say that this is the communication of participants within the framework of media communication, the peculiarities of which are conditioned by the specific character of the discourse and its orientation [9: 41]. Media discourse can not exist outside the social context, it is built on its basis, since the very essence of media and human interaction is communication. As in any other kind of discourse in media communication, there is always a producer – the media and the recipient – the reader, the viewer, the participant in the discussion, and it is in this kind of discourse that these roles are clearly differentiated and fixed, and most communication is impossible or not supposed (for excluding specific forms of media interaction, for example, direct

lines on a TV show, communication between guests of the studio and television viewers).

As a rule, media discourse always reflects the actual state of society, is a mirror of society, clearly points to social problems and needs. It instantly reacts to any changes in the public mood, catching their essence and creating the necessary model of communication, depending on the tasks that he faces, and the goals he pursues. Thus, the discourse of the media is an actual cross-section of the current linguistic and cultural state of society

R. Bart also clearly distinguishes media discourse as a product of mass culture and the actual artistic text, noting, however, that both these structures are predominantly narrative. According to R. Barth, the artistic text is a unique non-discrete aspiring to expanding the established boundaries by the system, and media discourse, on the contrary, is some kind of schematic averaged stereotyped and aiming to localization rather than to extending the meaning of the design. The purpose of media discourse as a product of mass culture is to entertain and distract the addressee, but not through the expansion of meaning and perception, as in the case of a work of art, but through its immersion in certain stereotyped patterns that send the communicant to the desired image. . [10: 398].

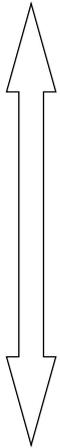
R. Joslyn compares political scientists with journalists in the sense that both of them seem to reconstruct the political reality for their audiences in accordance with their vision of political processes (Joslyn 1986: 326). Such a genre as an analytical newspaper article or a speech by politician on TV differs from a scientific article or report at a conference, etc. In the discourse of the mass media, journalists act as intermediaries between politicians -professionals and a mass audience of non-professionals. Since the population is distanced from the government and can not directly observe the decision-making process relating to public life, "storytellers" journalists about politics and politics are peculiar "agents of influence" that contribute to the formation of public opinion.

The peculiarity of modern political life is that politicians are less likely to communicate with the population directly, speaking in halls and squares, and increasingly doing so through the media.

In general, on the basis of the above mentioned approaches we can to define the boundaries of political discourse, or material in the



media, in which it is about politician or the author is a politician or, conversely, addressed to politician, should refer to the field of political discourse.



**Dominates Media discourse :**

- pamphlet
- problem analytical article
- commentator's column
- editorial
- reportage
- information note
  
- Interview with politician
- controversy (debates in the press, discussion in the press)
- political document (presidential decree, text of the law)
- problem analytical article
- public speech politics

**The political discourse dominates**

**Table 1. Correlation of political discourse and media discourse**

The scale demonstrates the gradation of the relationship between the discourse of the media and the political discourse in different genres. the less indirectly expressed in him the voice of a political institution or policy as a representative of the institution or as an individual, the more central position of this genre is in the field of political discourse.

In conclusion, I would like to note the close connection between the discourse of politics and the media. As it appears from the above mentioned, the main distinctive feature of the political discourse is its ideological orientation. The ideological use of language in PD is characterized by a kind of duality: these are manifestations of the ideological thinking of the addressee and, at the same time, a means of conveying appropriate ideological concepts to the addressee, a means of manipulating public opinion. "The language of ideology is" impeccable, "a closed system with a claim to truth, with its own assessments and significances" [217,120]. Often such a language presents in a positive light what is beneficial to the authorities, since its goal is "not to persuade, but to control, not to stimulate thought, but to prevent it, not to convey true information, but to conceal or

distort such information, not to attract public attention, and distract or suppress it “[2, 16].

### References

1. Gizdatov G. Soviet Identity in Discourse of Kazakhstan // Anuari de Filologia. Llengues i Literatures Moderne. 2015. No. 5. – P. 42 – 47.
2. Zhubatinskaya S.A. Language as a communicative determinant of the renewal of social technologies // social technologies: questions of theory and practice. Ukrainian Academy of Sciences. National Progress, Kiev – 1994.
3. Crocoran P.E. Political language and Ritoric.-University of Texas Press, 1989
4. Kress G.R. Linguistic process in sociocultural practice.-NY: Oxford University Press, 1990
5. van Dijk T.A. News as Discourse. –NY: Free press, 1988
6. Karasik V.I. Problem of theory of discourse in R.Vodak’s work. Abstract collection. V-1993
7. Arutuynov N.D. Discourse??LED.-1990-S.
8. Foucault M. The archeology of knowledge.-NY: Pantheon, 1999
9. M. Makarov. Fundamentals of Discourse Theory. – Moscow: “Gnosis”, 2003.
10. Barth W. Discourse Analysis: <http://linguistlist.org/get-book.html?BookID=46087>

**Sopiyeva B.A.**

### The Language of Politics in the Context of Mediadiscourse

**Abstract.** In this article is given the methodological aspect of analyzes of political and media discourse. Modern media preferences are supported by statements, and the peculiarities of political discourse its influence on mass consciousness. Within the framework of the theory of medial analysis, the work reveals cognitive strategies of social cognition and perception, expressed in linguistic consciousness. This work are based on the modern theory of the theory of discourse.

**Key words:** language of politics, discourse, communicators, medial space, mass audience.

**Аннотация.** В данной статье дается методологический аспект анализа политического и медиа дискурса. Современные медиа-предпочтения подтверждаются об особенностях политического дискурса и влиянии на массовое сознание. В рамках теории медиального и политического дискурса в работе раскрываются когнитивные стратегии социального познания и восприятия, выраженные в лингвистическом сознании. Эта работа основана на современной теории дискурса.

**Ключевые слова:** язык политики, дискурс, коммуникаторы, медиальное пространство, массовая аудитория, адрессант, адрессат

**Андатпа.** Бұл мақала саяси және медиа дискурстың талдануының әдіснамалық аспектісін береді. Қазіргі заманғы БАҚ артықшылықтары саяси

дискурстың ерекшеліктері мен жаппай сана-сезімге әсер етуі туралы айтылады. Медиа-саяси дискурс теориясының аясында жұмыс тілдік санада көрсетілетін әлеуметтік таным мен қабылдаудың танымдық стратегияларын ашып көрсетеді. Бұл жұмыс заманауи дискурс теориясына негізделген.

**Түйін сөздер:** саясат тілі, дискурс, коммуникаторлар, ортақ кеңістік, жаппай аудитория, адресант, адресат.

*Research has done under the grant № APO 513 30 19 “Cultural code of the modern Kazakhstan (literary and media discourse)” by the support of Ministry of Education and Science*

## Глава V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ

Ахметова Л.С.

### Жуматов Габбас – фронтовик и профессор КазНУ им. аль-Фараби К 100-летию юбилею

**7 июня 2018 г.**

Разговаривала по телефону с Майрой Жуматовой, дочерью Габбаса Жуматовича, передавала приветы от сотрудников Брестской крепости, от себя. Рассказала о недавних находках близ Ковалево, где он воевал, спросила, что он думает по этому вопросу.

С Габбасом Жуматовичем мы познакомились более 48 лет назад. Я, будучи юным корреспондентом республиканской детской газеты «Дружные ребята», решила взять у него интервью. Так началась моя история сбора материалов по защитникам Брестской крепости и участникам боев в районе г. Брест. Встречу Габбас Жуматович мне назначил в парке имени 28 героев-панфиловцев. Потом мой материал был опубликован в газете [1].

**Запись 12 декабря 2010 г.**

Мы часто и сейчас вспоминаем то время, как в парке имени 28 героев-панфиловцев мы впервые встретились, сели на скамейку, и я внимательно слушала и записывала в блокнот рассказ о Брестской крепости. Результатом этой встречи явилась моя заметка в газете. Это было мое первое интервью о защитниках Бреста, о великом подвиге красноармейцев, и в том числе казахстанцев, волею судеб оказавшихся в первый день войны в самом пекле.

С Габбасом Жуматовичем судьба нас свела на долгие годы. С 1971 года я – в Казахском Национальном университете имени аль-Фараби, а профессор Жуматов – с 1946 года. И по сей день, он – почетный председатель Совета ветеранов университета. В 80-е годы я работала с ним на профсоюзном поприще в университете,

затем стали работать на одной кафедре. В 90-е годы вместе думали, как выжить ветеранам, и как им помочь. Время было тогда сложное. Была я у него и на юбилеях, и в сложные годы в разных жизненных ситуациях.

Особо запомнился декабрь 1991 года. Юбилей Победы битвы под Москвой. Из Казахстана на празднование Победы в Москву по приглашению России (в то время Горбачева и Ельцина) поехали только два человека. Это был Г.Ж. Жуматов и мой отец – Сейсенбек Мухамедиевич Ахметов. Они, ветераны битвы под Москвой, впервые встретились во время поездки, и потом все время спрашивали меня, почему я их никогда не знакомила. Я удивлялась, при чем здесь я? Мне и в голову не могло прийти, что они были друг с другом незнакомы!

Ведь мой отец дружил с Владимиром Ивановичем Фурсовым, защитником Брестской крепости, также работавшем в КазГУ. Мало того, они учились вместе (Фурсов – на биологическом факультете, мой отец – на факультете журналистики) и жили в одной комнате с табличкой «Инвалиды Великой Отечественной войны».

В одной из публикаций о Жуматове я прочитала, как ему в настоящее время женщины хотели помочь надеть пальто, а он возмутился и оделся сам.

В этом – весь Жуматов. Когда он приходил на кафедру, в профсоюз, на встречи, всегда был галантен, особенно с девушками, которые, естественно, смущались! Мы, все женщины, к сожалению, не привыкли к ухаживанию, вниманию. Да и большинство мужчин это не жалует! К тому же восток – совсем другое! А Габбас Жуматович и в этом превзошел многих! Именно уважение, известная доля юмора, красивое ухаживание за всеми женщинами на кафедре снискала ему славу галантного и любимого всеми мужчиной.

Это всего лишь наброски наших встреч и той огромной любви и уважения к старшему другу и товарищу Габбасу Жуматовичу Жуматову!

Я очень счастлива, что в декабре 2010 года я вновь посетила Габбаса Жуматовича, была у него дома, взяла интервью уже с позиций прошлого и сегодняшнего дня.

Встреча была и радостной, и печальной. Мы вспоминали давно ушедших знакомых нам обоим людей, близких нам не только

родственными или дружескими связями, близким нам идейно и духовно, понятным только нам, с полуслова и полувзгляда. Мы о многом говорили: о том далеком прошлом и сегодняшнем дне. Думали и о будущем.

Я восхищалась подарками, преподнесенными ему, и не только в дни юбилеев! Попробовала поднять казацкую шашку, достаточно тяжелую, даже без чехла. Сразу же представляя, как ее нужно горделиво поднять вверх и скакать на коне, как нам показывают в художественных фильмах. Мне даже показалось, что она по величине выше сейчас Габбаса Жуматовича! А ведь более двух с половиной лет на войне в 5-м Донском гвардейском кавалерийском корпусе, где потом пришлось служить капитану, казаку Жуматову, имелось такое обмундирование.

- Пути Господни неисповедимы! – так сказали бы православные!

А это ведь так! Казах в казацком корпусе?

Как он туда попал? А просто. Вызвали, спросили:

- Умеешь сидеть на коне?

Жуматов рассмеялся:

- Какой казах не скакал на коне? Конечно!

Так и попал в казачий корпус. На войне приказывают и направляют где воевать. Так и закончил войну в 5-м Донском гвардейском кавалерийском корпусе.

Любуясь инкрустированной казацкой шашкой, услышала от Жуматова, что такие шашки (без инкрустации, естественно) имели рядовые бойцы, а у него был кортик. Союз казачьих общественных объединений Казахстана в честь одного из юбилеев Победы подарил полное обмундирование из казацкого войска, и, естественно, оружие также!

Поговорив обо всем, мы постепенно переходим к той главной теме, о которой давным-давно в одной из бесед где-то с горечью сказал мне Жуматов:

- Ну, почему всех интересует только первый день войны? А сколько их было – не первых? И везде, и всегда гибли люди! И тысячами гибли. Все время считалось, что это небольшой эпизод войны! А сколько дней и ночей, минут и секунд, военных, где все время гибли и гибли советские солдаты, зачастую безымянные, безвестные!

Этот возглас-раздумье Жуматова, прозвучавший несколько десятилетий назад, я помню все время и думаю об этом!

Да, действительно, надо благодарить Сергея Смирнова и не только его, людей, которые первыми заговорили о Брестской крепости, не сдавшей на милость врагу, хотя фронт уже ушел далеко на восток. Крепость, которая, как мы помним по фильмам и книгам, воспоминаниям оставшихся в живых и открытым архивам, ежесекундно и постоянно до гибели последних, как человека, так и просто радиосообщения, звучала в открытом эфире «Я – крепость! Я – крепость! Веду бой!».

Да, об этом сегодня мы можем с горечью размышлять, что на каждую минуту войны не нашлось такого человека как Сергей Смирнов, не побоявшийся бросить перчатку вызова системе и заговорить о крепости, и, главное, об ее защитниках. Ведь судьбы большинства из них: это – мгновенная смерть или это первый бой, плен немецкий, и, если выжил, проверка и клеймо на всю оставшуюся жизнь, или у некоторых и лагерь советский...

И безмолвие... Ведь документы 4-ой армии, в том числе и Брестской крепости, как и многих других, сгорели в пламени войны в первые же дни.

А потом забвение на несколько лет. Трудно говорить о поражениях, гибели оставшихся красноармейцах в том же Брестском гарнизоне на произвол судьбы в первые минуты растерянности и отступлений...

Главной была Победа! Мы за ценой не постояли! И только потом, когда несколько утихли фанфары Победы, наступает трезвое осмысление того, что случилось. Наступает постепенно, не торопясь, а люди, уцелевшие в той войне, так хотели бы при жизни чувствовать не только Победу, но и признание лично и вклад каждого из погибших и выживших...

Не все смогла сделать страна в те минуты и первые годы Победы. По многим причинам, в том числе и, в первую очередь, идеологическим...

Проходят годы, и каждое поколение может внести свою часть в историю великой войны. Появились новые страны, и каждая суверенная республика также может дать свой взгляд на участие наших солдат в далекие сороковые годы.

Велика заслуга советского народа, и, в первую очередь, белорусского народа, которые не только бережно хранят, но и собирают материалы о войне. Путем анализа и доказательств постоянно

идет научная работа по воссозданию подвига, совершенного в Бресте и крепости.

Работа проводится и у нас в Казахстане, ведь наших соотечественников, встретивших первые часы войны в Брестской области, было немало!

- Габбас Жуматович! В советское время мы говорили о том, что много казахстанцев было в Брестской области. Я помню, как вы собирались каждый раз 22 июня в старом Доме офицеров в Алма-Ате, как вы сами самоорганизовывались. Были ветеранские организации в каждом городе, районе, области. А внутри них велась работа по направлениям. Вы были среди защитников Москвы и среди защитников Бреста. Я знаю, что много защитников Брестской крепости было в Семипалатинской, Северо-Казахстанской, Джамбулской областях. Называю старые названия областей и городов, чтобы не запутаться. Защитники Брестской крепости и участники боев в районе г. Брест из Алма-Аты и Алма-Атинской области всегда собирались вместе.

Я все время удивлялась, глядя на ваши встречи, почему так много алма-атинцев? Тогда моих знаний и знаний других не хватало для объяснения этого феномена. Сейчас мы многое знаем об этом и может доказать документально участие алма-атинцев и других казахстанцев в первых боевых действиях в Брестской области.

Время бежит. Увы, так мало Вас осталось, и тем ценнее Ваши мысли и мнения по разным жизненным коллизиям. Как сейчас Вы смотрите и вспоминаете то далекое прошлое?

- Главное, смотрю на то, что произошло. Я не говорю обо всем нынешнем поколении, я говорю о некоторых людях и деталях, ... – тактично замечает Жуматов. – Читаю, смотрю телевидение, слышу и слушаю разные мнения. Общество меняется. Сейчас могут оскорбить ветерана, пусть афганской войны, что их туда не посылали. Несколько лет назад одна женщина, у которой отец пропал без вести, был в районе города Брест или в Брестской крепости, сейчас это, ой, как трудно доказать, да и в советское время также, пыталась что-то доказать, что я не был защитником Брестской крепости. Причем говорила, что мы оставшиеся в живых забираем всю славу, а те, кто погиб или пропал без вести, – это настоящие герои. Почему мой отец безвестен? – задавал мне вопрос она.



Имеются высказывания некоторых ветеранов, что я – не защитник.

Жуматов достал блокнот и пытался мне нарисовать карту Бреста и своего родного форта Ковалева, находящегося в десяти километрах от крепости.

- Да, я никогда не говорил, что был в самой крепости на 22 июня. Но форт Ковалево – это тоже Брестская крепость, то есть крепость имела несколько фортов, которые ей подчинялись.

- Это как бы подразделения, – помогаю я.

- Да, именно благодаря этому мы выжили, среди того числа великого множества счастливых и несчастливых фактов. И еще я выжил благодаря тому, что был в артиллерии, а не в пехоте. То есть мы, бывшие студенты, были образованными. Затем, уже не в Бресте, а сразу же после нескольких месяцев боев меня назначили командиром.

Я всем говорю, обращайтесь в музей Брестской крепости, там все собрано, там все есть. Безусловно, собрано все, что смогли собрать. Множество фактов и много людей без вести пропало. Вот сбросили бомбу «Карл» на крепость, и все! Образовалась огромная воронка. О чем можно говорить? Если даже от бомбежек стены плавилась... О каких людях, ведь и костей даже не осталось!

Да, мы воевали в то время, и некогда было вести дневники и записи, это было уже потом. А тогда надо было воевать, прорваться к своим, не попасть в плен и многое другое. Находиться в окружении врагов – и жить, и воевать, и прорваться в то время к своим – это очень нелегко!

... Жуматову повезло. Вырваться из форта Ковалево, не попасть в плен, скрываться, сражаться, и идти на восток, соединиться с Красной Армией. Вот это его личное солдатское счастье, которое среди тысяч и тысяч красноармейцев, оказавшихся в Брестской области, удалось единицам.

- Несколько слов о кино, и документальных фильмах в том числе. Да, подвиг надо воспевать. Но старое кино, – там ведь политика! И кто в главной роли! Никакой слаженной организации особенно не было! Но бойцы в крепости выполняли приказ, и, командиры, конечно же, пытались организовать в единое целое. Это ведь – Красная Армия! Просто огромное количество некомпетентных людей рассуждает о том, что могло быть или не могло быть. Военный человек поймет, о чем идет речь!

Поговорив о превратностях судьбы, о том, что с каждым годом вдруг появляется кто-то сомневающийся, Жуматов оптимистично заявляет:

- Наверное, это так и должно быть. Все забывается. А каждый хочет быть причастным, мы – ведь люди!

О книге Смирнова. Она – первая, главная, идеологизированная. В июне уже были учения. Нурум Сыдыков ведь был на учениях, а не в крепости. В целом, в крепости было восемь-десять тысяч человек. Половина из них была на учениях.

О книге Н. Шахова «Казахстанцы – защитники Брестской крепости». Писал хотя и осторожно, но много было неверного. Искажал местность, полк. Где он сейчас? В 90-е годы приходил ко мне и сказал, что уезжает, куда не сказал. Он был в Брестской крепости. Там ему указали на ошибки. Но все у него ведь осталось. Все ведь читают его книги. О нас он написал, что мы сражались за железнодорожным полотном. Мы там не были!

Я обращаюсь к своим записям. Рассказываю, что собрала всех участников в таблицу. Какие там графы, как я систематизирую свои поиски. Прошу Жуматова прокомментировать то, что у меня накоплено. Читаю по алфавиту каждого и рассказываю о нем, что у меня есть. О некоторых он молчит. То, что знает, комментирует. Вот мои записи по этому вопросу.

- Абсалямов Галым служил в другом полку. Но мы его знали. Землячество в армии – дело святое!

Баталов был с нами в форте Ковалево.

Батыргереев из Алма-Аты. Остался жив.

С Гаджиевым встречались после войны.

Горянов – алма-атинец. Остался жив.

Деревянко Григорий. Я собрал его личные вещи после войны и передал в музей. Он – из КазГУ. Сначала с нами был в форте Ковалево и нашим комсоргом. За месяц до войны был переведен в артбатальон в Брестскую крепость. Погиб в Брестской крепости. Долго держался. Самолет разбомбил.

Немцы специально послали за ним. Говорят, прямым попаданием бомбы погиб. Деревянко в нашем полку был не только комсоргом. Он был самым грамотным, образованным. Он – аспирант КазГУ, а мы только полкурса закончили. А он – человек! После его ухода комсоргом полка избрали Чултурова. Деревянко – настоящий герой!

Димурин Михаил. Я его знал. Встречались в Алма-Ате после войны.

Егоров Петр. Остался жив. Встречались с ним после войны.

Жарменов жил после войны в Чимкенте.

Исламхайдаров – алма-атинец, наш.

Иманкулов умер после войны. Жил в Мерке.

Карболин. С ним после войны часто встречались.

Качанов, Лебедев, Леонтьев – тоже часто после войны встречались.

Абдразак Мамиев. Дружили семьями. Он вернулся инвалидом, без ноги. У его сына спроси. Он много расскажет.

Нигматуллин – наш, казахстанец. Недавно скончался.

Ниязов – казахстанец. После войны жил в колхозе имени Мищурина в Алма-Атинской области.

Садыков Нури. Лучший друг Фурсова. В 1940 году, когда ехали в Брест в эшелоне, они все время вместе были.

О Сатыбалдине отдельно расскажу.

Севастьянов – алма-атинец, встречались после войны.

Страутман тоже с нами был вместе в форте Ковалево. Остался у него дядя. Я ему после войны все рассказал.

Сулейменов Шайкен – студент из Алма-Аты. Погиб во внешнем форте Брестской крепости. Мы ехали в одном эшелоне. Он был очень высокого роста. И мы все подсмеивались над ним. Когда спит, некуда было ноги убрать. Постоянно ему говорили: «Ноги убери!». Хорошо его знает и Хаджимурат Сыздыков. У него (Сулейменова) был брат в Алма-Ате, доктор медицинских наук. Он многое рассказывал Лозинскому (славный человек!) и Литвиненко из музея Брестской крепости.

Они все записали. Должны были его в защитниках или участников боев в районе г. Брест утвердить.

Супиев – казахстанец.

Сыздыкова Хаджимурата знаешь, он из нашего форта Ковалево тоже.

Технеряднев вернулся с войны, мы уже после войны встречались.

Трофимов тоже из форта Ковалево. Он, как и Павел Гончаров, был из газеты «Ленинская смена».

Чултуров Шавкат. Наш комсорг. Из Алма-Аты. Он закончил Тимирязевскую академию в Москве. С нами вместе призывался.

В одном нашем эшелоне ехали всего 4 человека, имеющие высшее образование: Мамиев – учитель, Чултуров, Файзулла

Турумов – тоже московский вуз – ИнЯз – заканчивал, немецкое отделение, и Турар Сатыбалдин – преподаватель высшей математики физмата КазГУ.

Шапошников был из нашего полка.

Угренинов с нами был в 204 гап, наш, казахстанец, погиб.

- Как ехали в эшелоне?

- Вагоны – теплушки, или телячьи были. Их так раньше называли. Постелили солому, так и ехали. Не знали, куда едем. В вагоне – по 30-50 человек. Родные в Актюбинске очень меня ждали. Но не встретились. Моя мать рассказывала, что всю ночь проплакала. Ведь все знали, что на войну едем.

Наш разговор идет обо всем. Жуматов вспоминает.

- Война закончилась. О нас никто не знал. В Бресте побывал в первый раз после войны в конце 50-х годов, потом в начале 60-х годов. Вместе были – я, Фурсов, Чултуров, Х. Сыздыков, Нигматуллин. Там нас встречали всегда как родных. Брестчане нас сами находили. Сулейменова нашли сами, например.

Расскажу о Тураре Сатыбалдине.

Как всегда шли у меня занятия в Казахском государственном университете. Во время занятий в дверь кто-то стучит. Открываю. Стоит мальчик лет 13-14.

- Подожди, – говорю я. – Скоро лекция закончится, потом поговорим, на перемене. И вдруг вижу в его руках свою фотографию. На ней сфотографированы 4 человека: Турар Сатыбалдин, я и еще двое наших. Я, забыв обо всем, прослезился. Такой фотографии у меня не было. Это – память. Он и я – уже командиры.

Я вспомнил все. И тот день тоже.

Под Будапештом, у озера Балатон. Я уже два с половиной года воевал в составе Донского казачьего кавалерийского корпуса. Форма такая заметная! Иду, и вдруг слышу:

Ей, Габбас, қайда барасың? (Эй, Габбас, куда идешь?)

Қайда барам? Соғысқа аттанып барам. Ал сен әлі де маңызды адамсың ба? (Куда иду? Иду воевать! А ты до сих пор важный такой?)

Казахская речь на Балатоне была неожиданной и удивительно звучной!

Мы не виделись с Тураром с июня 1941 года, а был уже 1945 год. Обнялись, расцеловались. Так обрадовались! Живые! Столько лет прошло!

У меня была водка. Естественно, выпили. Скоро наступление. Кто останется после боя? У каждого из нас были ординарцы. Положено по штату как командирам. И мы договорились, что встретимся после боя в королевской резиденции. Если что случится должен придти ординарец, и все рассказать.

Прощались, прослезились. При взятии Будапешта много наших погибло. Да и везде так было! Будь-то Австрия или Рур! Везде немцы отчаянно дрались. Мы ведь уже воевали на западе, не у себя. Мы знали, что скоро Победа, но как до нее дожить? Об этом никто не знал!

Бой закончился. Я был ранен осколком в левое плечо (Жуматов показывает мне шрамы той раны, 12 мл от вены). Лежу в корпусном госпитале. Только поступил. Кровь идет. Вдруг вижу ординарца Турара. Он опустился рядом со мной на колени и заплакал:

Ваш друг погиб.

Я не знаю, что со мной случилось! Я так сильно плакал. Я рвал рубашку на груди, рвал все, что на мне есть. Насильно меня уложили в кровать, связали руки. Долго я не мог придти в себя.

... И вдруг эта фотография, последняя весточка – память Турара. Я разволновался. Не мог уже вести занятия. Пришел мой коллега Каратаев, продолжил занятия. А я пошел с племянником Турара.

Такая же нечаянная встреча случилась уже после войны с Абдразаком Мамиевым на одном из вечеров в Алма-Ате. Он в то время жил в Узун-Агаче, где музей Джамбула.

Абдразак долго молчал, никому не рассказывал, что был защитником Брестской крепости.

В то время он был уже директором школы, очень уважаемым человеком. Сейчас эта школа носит его имя. В школе есть много материалов о нем. И если бы не эта случайная встреча, он бы и не дал о себе знать.

Я с первых же дней работал на общественных должностях в Совете ветеранов войны. Тогда не было Советов ветеранов войны, как потом и сейчас. Было два филиала Советского комитета ветеранов войны в Казахстане – в Алма-Ате и в Караганде. Я был членом Совета ветеранов в Алма-Ате и возглавлял совет по идеологии более 10 лет. Председателем сначала был Иван Щеглов, потом генерал-майор ОСОВИАХИМ Байтасов, позже уже генерал Сагадат Нурмагамбетов.

Благодаря своей общественной деятельности я много ездил по памятным мне местам. Это мы создали Сталинградский Совет, Совет Брестской крепости, Совет штурма Берлина, Совет битвы под Москвой, Совет по войне с Японией и др.

Совет Бреста был создан в 1957-58 годах. Через этот Совет мы собирали данные о наших воинах казахстанцах. Человек 30-40 только алма-атинцев и из Алма-Атинской области было! Из Талгара, колхоза имени Мичурина, Каменки приезжали сюда на заседание Совета. Чултуров, Шаповалов, Димулин, Егоров – все входили в Совет. В праздничные дни обязательно собирались и возлагали цветы к Вечному огню. Отчитывались на Совете о своей работе, были прикреплены к школам. Нам давали заявку из школы, и мы шли и выступали перед школьниками с рассказами о войне.

В течение 10 лет я ездил в Москву. Сама помнишь, как с трудом меня отпускал Турсунбаев (профессор А.Б. Турсунбаев – наш заведующий кафедрой). Все время говорил:

Ты, Жуматов, только все время и ездись!

У меня много друзей. Если ехал в Москву, обязательно старался попасть в Брест. По нашим меркам, это ведь недалеко!

В Бресте были еще живы Варламов, наш командир взвода, Литвинов. Я – командир отделения. Часто бывал у них. Отчитывался по идеологии, интернациональному и патриотическому воспитанию. Когда встречались, всегда каждый отчитывался, кто что сделал, опытом делились. И сейчас я в строю, много выступаю, рассказываю, как это было! И как мы Родину защищали!

В Бресте я всегда бывал в музее. Наш форт Ковалево сохранился. Там бывал всегда. В музее крепости сохранилась моя кандидатская карточка. Часть документов партийных и военных все-таки уцелела. Это Литвиненко, работник музея, нашел. Однажды позвонил и сказал, что Ваши документы нашлись. Кандидатская карточка члена ВКП(б).

Июнь 1941 года. Мы должны были скоро ехать домой, а началась война...

### **Послесловие. Запись 7 сентября 2013 года**

Первые минуты и часы войны интересны всем. Как наши соотечественники оказались в Брестской области, в городе и крепости? Почему так долго молчали власти, историки, поисковики? Почему так много мифов и легенд о Брестской крепости? Время

только-только начало открывать свои тайны. Тайны первых часов войны.

Это запись – разговор двух историков, давно знающих и доверяющих друг другу. Это обмен информацией, размышления о прошлом, которое сложно для восприятия нынешнего молодого поколения.

Но это – казахстанская история, взгляд фронтовика и человека, воспитанного на примерах гордости и любви к участникам Великой Отечественной войны, которые в трудные минуты защищали свою страну.

Пояснения по рассказу Г. Ж. Жуматова.

Можно соглашаться или не соглашаться с количеством защитников Брестской крепости.

Высказано мнение Жуматова в отношении Григория Деревянко, что он погиб в крепости. Есть и данные, что, вероятно, он был взят в плен и погиб в лагере Бяло- Подляска.

Заслуга Габбаса Жуматова в том, что всю послевоенную жизнь он посвятил поискам казахстанцев, участников войны, и, в частности, боев в Брестской области в 1941 году в том числе. Много писал сам, давал интервью [2]. Находил родственников погибших, передавал материалы в музей Брестской крепости. Даже нашел казахов из Астраханской области – защитников Брестской крепости и участников боев в районе г. Брест.

20 сентября 2018 года Г. Ж. Жуматову – 100 лет.

#### Литература

1. Ахметова Л. Самая дорогая награда // Дружные ребята, 1970, 20 февраля.
2. Жуматов Г. Жизнь и судьба. – Алматы: Казахский университет. – 2008. – 280 с.; 204 ГАП, Жуматов Г.Ж. – фото. Фонды ГУ «Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой» – 2011, 28 июня.

*Работа выполнена 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.*

**P.S.** 14 июня 2018 г. на сотом году жизни скончался ветеран Великой Отечественной Войны, Почетный председатель Совета ветеранов, профессор КазНУ им. аль-Фараби Г.Ж. Жуматов.

**Лифанова Т.Ю., Веревкин А.В.**

**Мы снова вглядываемся  
в лица вместе с Л.С. Ахметовой**

В издательстве университета вышла в свет новая книга известного казахстанского журналиста, историка – Ахметовой Л.С. «Я снова вглядываюсь в лица». Книга написана в редком для сегодняшнего дня жанре – мемуаров, и рассказывает об истории университета в лицах и судьбах.

Очень часто мы отмечаем вехи изменений – открытие, внедрение, вступление, ратификацию и многое другое, но крайне редко имеем возможность увидеть личностный контекст наших достижений. Эта книга – уникальная возможность прожить важные моменты истории Университета – понять и почувствовать ее личностный, экзистенциальный смысл.

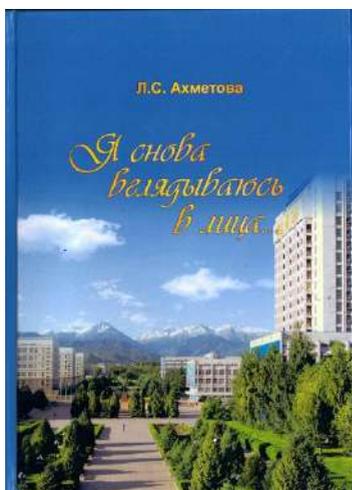
Книга содержит 30 живых, почти художественных рассказов о выдающихся личностях университета, внесших огромный вклад в развитие высшего образования в Казахстане.

Открываем оглавление ... Почти все фамилии знакомые – ректоры Казахского национального университета Джолдасбеков У.А., Лукьянец И.К. и Тажибаев Т.Т. Их роли в истории университета посвящена первая глава книги.

2 глава называется – «Наша гордость – фронтовики». Конечно, о них мы тоже слышали. Имена многих ученых-фронтовиков мы имеем возможность прочесть на памятной доске в холле одного из старых корпусов КазНУ им. аль-Фараби (КазГУ им. С.М. Кирова), расположенного на бывшей улице Кирова. Сейчас здесь находятся два факультета – факультет философии и политологии и факультет довузовского образования.

Но время идет, ускоряется интенсивность инновационных процессов. И уже не только поколение молодых ученых КазНУ, но и те, кто учил в последнее десятилетие, ушедшего XX века, не помнит их как руководителей, лекторов, старших коллег. Для целостности настоящего и будущего, важно помнить и гордиться





героическим прошлым, передавая историческую память новым поколениям.

Листаем книгу дальше ... В первую очередь хочется прочесть о тех, кого мы знаем и помним. Каждый очерк – история жизни, законченная маленькая история, наполненная фактами, эмоциями, смыслами.

Книга будет интересна разным поколениям – и тем, кто только сейчас начинает свою профессиональную жизнь, и тем, кто был участником и свидетелем бурных перемен и будничных проблем Alma Mater.

*Работа выполнена 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.*

# СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

1. Адилова Людмила Фёдоровна – доктор политических наук, профессор Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Россия
2. Барлыбаева Сауле Хатиятовна – доктор исторических наук, профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби
3. Веревкин Алексей Валентинович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби
4. Дзялошинский Иосиф Михайлович – доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Москва, Россия
5. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби
6. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение» КазНУ им. аль-Фараби
7. Okay Aydemir – Professor, Dr., Stambul, Turkey
8. Романенко Евгений Александрович – доктор наук государственного управления, профессор, Заслуженный юрист Украины, заведующий кафедрой публичного администрирования, Межрегиональная Академия управления персоналом (г. Киев, Украина)
9. Шорохов Дмитрий Павлович – кандидат филологических наук, доцент КазМУИТ, член Союза художников Республики Казахстан

## ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

1. Адилова Людмила Фёдоровна – доктор политических наук, профессор Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Россия
2. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио
3. Гиздатов Газинур Габдуллавич – доктор филологических наук, профессор кафедры международных коммуникаций Казахского университета мировых языков и международных отношений имени Абылай хана
4. Шынгысова Назгуль Турсынбаевна - доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

### ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

1. Алдабергенова Айым Алдабергеновна – заместитель декана ФПиФ КазУМОиМЯ им.Абылай хана, Алматы, Казахстан

2. Велитченко Светлана Николаевна – кандидат филологических наук, доцент МУИТ

3. Демченко Алена Сергеевна – магистр гуманитарных наук, старший преподаватель КазНУ им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан

4. Касымова Рашида Таукеловна – доктор педагогических наук, профессор Казахского Национального Университета им.аль-Фараби

5. Кроо Каталин – доктор PhD, профессор Института славянской и балтийской филологии, зав. кафедрой русского языка и литературы Университета имени Лоранда Этвеш, Венгрия

6. Кудрявцев Владимир Товиевич – доктор психологических наук, профессор Московского государственного психолого-педагогического университета, Российского государственного гуманитарного университета, Москва, РФ

7. Ложникова Ольга Петровна – старший преподаватель факультета журналистики КазНУ им.аль-Фараби

8. Сарсекеева Наталья Канталиевна – кандидат филологических наук, доцент КазНУ им.аль-Фараби, Алматы, Казахстан

9. Султанбаева Гульмира Серикбаевна – доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой КазНУ им.аль-Фараби

10. Takhan Serik Sheshenbay-uly – Doctor of Philology, Professor Department of Journalism and Political Science L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

11. Уразалиева Гульшат Кулумжановна – доцент кафедры Теории и истории социологии Социологического факультета Российского государственного гуманитарного университета, Москва, РФ.

12. Ураимов К.М. – педагогика илимдеринин кандидаты, Жалал-Абад мамлекеттик университети доценти (Киргизская Республика).

13. Ярмуллин Азат Шакирьянович – начальник отдела Национального архива Республики Башкортостан РФ, г. Уфа.

### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

1. Голованова Ирина Сергеевна – аспирант РГГУ, помощник заместителя Председателя Государственной Думы ФС РФ О.Н.Епифановой, Москва, Россия

2. Кудабай Арман Актаевич – докторант факультета журналистики Казахского Национального университета им. аль-Фараби

3. Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной Кадровой Академии, г. Киев, действительный член Евразийской Академии телевидения и радио, Украина
4. Лифанов Сергей Алексеевич – студент специальности «Религиоведение» КазНУ им. аль-Фараби
5. Пасечко Дитрих-Владимир Дмитриевич – магистрант ДВНЗ «Херсонский государственный аграрный университет»
6. Sopiyeva Bayan Abduzharovna – PhD student of 2 year study KazUIR and WL after Abayl Khan, Almaty Kazakhstan

#### **ГЛАВА V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ**

1. Ахметова Лайла Сейсембековна – доктор исторических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, академик Евразийской Академии телевидения и радио
2. Веревкин Алексей Валентинович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальной работы КазНУ им. аль-Фараби
3. Лифанова Татьяна Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии КазНУ им. аль-Фараби

# ОГЛАВЛЕНИЕ

## ГЛАВА I. PR: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

<i>Адилова Л.Ф.</i> Образ Евразийского союза: болевые точки, оценка эффективности.....	3
<i>Barlybayeva S.Kh.</i> New mass media .....	8
<i>Веревкин А.В., Лифанов С.А.</i> Медиа и информационная грамотность в контексте формирования нового информационного режима XXI века.....	16
<i>Дзялошинский И.М.</i> Экология коммуникаций: становление новой науки .....	27
<i>Лифанова Т.Ю.</i> Формирования глобальной гражданственности и медиаобразование .....	37
<i>Окау А.</i> Country Image of Kazakhstan in Turkey.....	47
<i>Романенко Е.А.</i> Особенности коммуникативной политики государства в контексте усиления общественного развития .....	86
<i>Шорохов Д.П.</i> Некоторые религиозные аспекты гендерного равенства в казахстанском информационном дискурсе через призму медийной и информационной грамотности .....	94

## ГЛАВА II. СМИ: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

<i>Адилова Л.Ф.</i> Правда становится первой жертвой войны .....	103
<i>Ахметова Л.С.</i> Медиаобразование в Казахстане: современный период .....	106
<i>Гиздатов Г.Г.</i> Дискурс культурной идентичности в медиальном пространстве Казахстана.....	113
<i>Шыңғысова Н.Т.</i> «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ақпараттық қолдау .....	121

### ГЛАВА III. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Алдабергенова А.А.</i> Мәдениетаралық эквиваленттілік мәселелері (Дж.Хеллер шығармасының аудармасы негізінде).....	128
<i>Кроо К., Касымова Р.Т., Сарсекеева Н.К.</i> Возможности рефлексии как способа интерпретации и анализа нового знания на занятиях по русскому языку в средней и высшей школе Венгрии и Казахстана.....	134
<i>Кудряцев В.Т.</i> Парадоксы свободы .....	140
<i>Сарсекеева Н.К., Демченко А.С.</i> Методика иммерсивного чтения текста на занятиях со студентами-филологами в Казахском национальном университете имени аль-Фараби...	148
<i>Султанбаева Г.С., Величенко С.Н., Ложникова О.П.</i> «Мәңгілік ел» – как идеологическая платформа национальной идеи Казахстана.....	153
<i>Takhan S.S.</i> Psychologism in A. Kekilbaev's novel The End of the Legend.....	164
<i>Уразалиева Г.К.</i> Религиозная субъектность россиян в 21 веке .....	174
<i>Ураимов К.М.</i> Профессор С. Рысбаевдин педагогикалык-методикалык изденүүлөрү.....	184
<i>Ярмуллин А.Ш.</i> История сотрудничества между автономиями Алаш-Орды и Башкортостана (1917–1919 гг.).....	194

### ГЛАВА IV. НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

<i>Голованова И.С.</i> Репрезентация образа политического лидера в международных и российских средствах массовой информации .....	204
<i>Кудабай А.А.</i> «Алгоритмы» рекламы и ошибки игнорирования поведенческого фактора.....	210
<i>Лифанов С.А.</i> Библейская семантика: специфика и трудности перевода.....	218

<i>Пасечко Д.В.Д., Лебедева Н.А.</i>	
Зарубежные публикации украинских учёных: проблемы и пути их преодоления .....	228
<i>Sopiyeva V.A.</i>	
The Language of Politics in the Contex of Mediadiscourse .....	237

#### ГЛАВА V. КАЗНУ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ: ПЕРСОНАЛИИ

<i>Ахметова Л.С.</i>	
Жуматов Габбас – фронтовик и профессор КазНУ им. аль-Фараби. К 100-летию юбилею.....	244
<i>Лифанова Т.Ю., Веревкин А.В.</i>	
Мы снова вглядываемся в лица вместе с Л.С. Ахметовой .....	256
Сведения об авторах .....	258

Научное издание

## **PR И СМИ В КАЗАХСТАНЕ**

*Сборник научных трудов*

Выпуск 15

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ЖӘНЕ БАҚ**

*Ғылыми еңбектер жинағы*

15-шығарылым

*Составитель и главный редактор*

*Лайла Сейсембековна Ахметова*

Выпускающий редактор *Г. Бекбердиева*

Компьютерная верстка *А. Алдашевой*

Дизайн обложки *А. Калиевой*

**ИБ № 12064**

Подписано в печать 14.06.2018. Формат 60x84<sup>1/16</sup>. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Объем 16,5 п.л. Тираж 45 экз. Заказ 3778.

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»