

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Л.Н.ГУМИЛЕВА**

L.N.GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика және саясаттану факультеті

Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы

**«ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ: КЕШЕ, БҮГІН,
ЕРТЕҢ»**

халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2018 жылғы 14 желтоқсан

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

**«КАЗАХСКАЯ СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЧЕРА,
СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»**

14 декабря 2018 года

MATERIALS

of International scientific and practical conference

**KAZAKH SPORT JOURNALISM: YESTERDAY, TODAY AND
TOMORROW**

Астана 2019

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

Қ 17

Жауапты редактор: PhD доцент И.С.Рыстина

Құрастырушылар: Аға оқытушы Д.Дүйсебай, , оқытушы

А.Қалдыбекова, оқытушы Ш.Шәкенова

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2018 жылғы 14 желтоқсан /құраст.: Д.Дүйсебай, А.Қалдыбекова, Ш.Шәкенова – Астана: Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019. - 187 б.

Жинаққа «Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары - Қазақ спорт журналистикасының даму кезеңдері, интернеттегі спорт тақырыбы, спорттағы PR, қоғаммен байланыстың өзекті мәселелері туралы мақалалар енгізілді. Ғылыми жинақта жарық көрген материалдар БАҚ қызметкерлері мен ғалым-зерттеушілерге, PR-мамандарына, журналистерге, оқытушылар мен студенттерге, сондай-ақ көпшілік оқырманға арналған.

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

© Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019

ISBN978-601-337-114-6

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Мазмұны

ДҮЙСЕБАЙ Дүрәлі ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ТҮБІ ӘРІДЕ ЖАТЫР	4
РЫСБЕК Қыдырбек ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТЕРДІҢ СӨЗ САПТАУЫ ЖӘНЕ ІЗДЕНІСІ ТУРАЛЫ.....	9
АХМЕТОВ Марат СПОРТ САЛАСЫН НАСИХАТТАУҒА МЕМЛЕКЕТТІК КӨЗҚАРАС.....	12
САСАЕВ Нұрғазы ИНТЕРНЕТТЕГІ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	14
ҚАЙРАТҰЛЫ Б. ҰЛТТЫҚ СПОРТ ТҮРЛЕРІНІҢ ТАРИХИ-РУХАНИ МАҢЫЗЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ҚҰНДЫЛЫҒЫ	16
ТАЙЖАН Бақтияр СПОРТТАҒЫ КӘСІПҚОЙЛЫҚ ЖУРНАЛИСТКЕ ДЕ КЕРЕК	27
ПЯТИБРАТОВ Анатолий В РАНГЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАТУСА.....	30
ЫСҚАҚ Динара ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНДАҒЫ PR.....	34
ҚАЛДЫБЕКОВА Айдана Жарқынбекқызы СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	39
ЗУРАШЕВ Мереке «SPORT» («ҚАЗАҚ СПОРТЫ») ГАЗЕТІНДЕГІ ЖАНРЛЫҚ БОЛМЫС	44
СҰЛТАНБЕК Назерке ҚАЗАҚСТАН БАРЫСЫ" ЖОБАСЫНЫҢ СПОРТ ТАҚЫРЫБЫН НАСИХАТТАУҒА ЖӘНЕ ЕЛ ИМИДЖІН ШЕТЕЛДЕ ТАНЫТУҒА ЫҚПАЛЫ	49
ИМАНҒАЛИЕВ Бауыржан Сәбитұлы, ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратқызы АДАМНЫҢ ТҰЛҒА БОЛЫП ҚАЛЫПТАСУЫНА ДЕНЕ ТӘРБИЕСІНІҢ ӘСЕРІ	53
МҰРАТ Айгерим СПОРТИВНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ	56
СЫБАНБАЙ Сәкен ҰСТАЗ БЕН ШӘКІРТ ӨНЕГЕСІ.....	59

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

СЫБАНБАЙ Сәкен МИКРОФОН АЛДЫНДАҒЫ ОЙЫНШЫ.....	65
ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратовна СПОРТТЫҢ ТҮЛҒАЛЫҚ ДАМУЫНА ӘСЕРІ	67
БОЛАТОВА Гүлжауһар Жамбылқызы, АМАНЖОЛОВ Бекарыстан Нұрланұлы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ЭТОНОСАЯСАТ ЖӘНЕ БАҚ: ТАРИХЫ, ҚАЛЫПТАСУ КЕЗЕҢІ	70
ТҰРЖАН Оңайгүл, ЕГЕМБЕРДИЕВ Исках ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ АҚПАРАТТЫҢ ЖӘНЕ ЦИФРЛЫ МАРКЕТИНГТІҢ ТУРИЗМДІ ДАМУЫҒА ЫҚПАЛЫ	75
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, ТОКЕНОВА Диана ПСИХОЛОГИЯ БРЕНДИНГА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	82
МУХАМБЕТОВА В. К. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	86
ШӘКЕНОВА Шынар ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚҰЗЫРЛЫ МЕКЕМЕЛЕРДІҢ КРИЗИСТІК КОММУНИКАЦИЯСЫ.....	89
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ, АЛГАЛИЕВА Гүлназым Сакенқызы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ДАМУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ	92
КУДАЙБЕРГЕНОВА А.С. ТИПОЛОГИЯ АНАЛИЗ PR-ТЕКСТОВ В КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-СМИ: НАТИВНАЯ РЕКЛАМА	97
ДИДИГОВА Мадина Магомедовна ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ЖУРНАЛИСТОВ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ).....	102
АЛЬКЕЕВА А.К РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	104
ДАНИЛОВ Александр Сергеевич ПРОЦЕСС ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	108
АЯГАНОВА Асель Агыбаевна РАЗВИТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	112
ИМАНГАЛИЕВА Маржан Әбдірәсілқызы КОМПАНИЯДАҒЫ ҚАРЖЫ МЕНЕДЖМЕНТІН ЖЕТІЛДІРУ АСПЕКТІЛЕРІ	116

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

МОЛДАБАЕВ Хасен Советханұлы МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕДЕГІ БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	121
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ӘБУ НАСЫР ӘЛ-ФАРАБИ ПУБЛИЦИСТИКАСЫ	129
ҚАЖДАР Іңкәр Асқарқызы ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК МЕДИА-КОНТЕНТТЕРДІ САЛЫСТЫРУ	132
АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА М. БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ	137
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАЛАР	142
БАБАЖАНОВА Дина Маратовна «МЯГКАЯ СИЛА» КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА.....	145
КЕНЖЕБАЕВА Назым Қайратқызы АҚПАРАТ ТАРАТУДЫҢ МЕДИА ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ.....	149
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, МЕДЕТТЕГИ Асель PR В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....	154
ШАКАРМАН Дана Қазбекқызы ҚОҒАМДЫ ЦИФРЛЫҚ ТҮРЛЕНДІРУ — ЗАМАН ТАЛАБЫ.....	158
АҚЫНОВА Аружан Алибиқызы НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДА ДАМУЫ	162
МҰРАТ Самал КОМПАНИЯ СТРАТЕГИЯСЫН ТАҢДАУ ЖОЛДАРЫ	167
НУРТУГАН Сәтжол ҰЙЫМДАРДЫҢ КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМЫ	169
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы «СӨЗ ҚҰРАҒАН» ҚАЗАҚТЫҢ МАТЕМАТИГІ	172
МЕКЕБАЕВА Мадина Булатовна КАК DIGITAL-МАРКЕТИНГ И PR ВЛИЯЮТ НА РАЗВИТИЕ FASHION-БИЗНЕСА?	176
КАЙКЕНОВА Мархаба PR КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	180
АДАЙХАНОВА Ұлмекен МАНИПУЛЯЦИЯҒА ҚАНШАЛЫҚТЫ ЖИІ ҰШЫРАЙСЫЗ?.....	182

Список использованной литературы:

1. proizvodstva-i-prokata-dokumentalnogo-kino.html
2. <http://mysl.kazgazeta.kz/?p=169>
3. <http://tv7.kz/ru/host/majya-bekbaeva/>

**ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚҰЗЫРЛЫ МЕКЕМЕЛЕРДІҢ
КРИЗИСТІК КОММУНИКАЦИЯСЫ**

ШӘКЕНОВА Шынар

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті
Журналистика және саясаттану факультеті*

Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының оқытушысы

Апат айтып келмейтіндей, дағдарыс та табан астынан болуы мүмкін. Алайда апаттың салдары дағдарысқа алып келетінін ескерсек, қандай да бір себептермен болған апаттың немесе қолдан жасалған дағдарыстың кері және қолайсыз әсері мол болатыны белгілі. Дағдарыс ұйымның қалыпты жұмыс процесіне нұсқан келтіретін күтпеген жерден және аяқ астынан болатын жағдай (Ulmer et al., 2011) деп атап өткен екен. Сондақ-ақ, автордың айтуы бойынша кризистің түрлерін екі категорияға бөлінеді: табиғи және қасақана, яғни қолдан жасалған. Ал, Coombs (2010) дағдарыстың қашан болатынын болжап білу қиын, бірақ ол әрдайым күтілетін қалыпты құбылыс. Дегенмен, дағдарыстың кейбір жағдайда пайдалы жақтары да болуы мүмкін, ол ұйымның жеке стратегиясы мен жоспарын қайта қарастырып, жаңа бағытта дамуына негіз болуы мүмкін. Кризис, оның алдын алу және салдарын азайту бойынша зерттеп жүрген ғалымдар мен зерттеушілердің көбісі дағдарыстың кез келген уақытта, сан түрлі салдардан және түрлі әсермен болатындығын айтып өткен. Кризистік коммуникацияны зерттеп жүрген Coombs, W.T. және Holladay, S.J. (2010) кризистің бірнеше факторлардан, оның ішінде негізгі 4 фактордан пайда болатынын атап өткен. Ол - табиғат салдары, адам факторы, қасақана және абайсыздықтан болатын оқиғалар. Сондай-ақ, әртүрлі себептен пайда болған дағдарысқа әртүрлі кризистік коммуникация тәсілдері қолданылатынын ескеру қажет.

Мақала Қазақстан Республикасының мемлекеттік мекемелерінің дағдарыс жағдайындағы коммуникация құру бағытын және ақпаратты беру процесін қарастырады. Құзырлы мекемелердің дағдарыс жағдайында мәлімдеме жасау, дағдарыстық коммуникация құру және ақпаратты таратудағы кемшін жақтары талқыланады.

Қарағанды қаласында 2018 жылдың 31 желтоқсанындағы жаңа жыл кешінде болған оқиға бірқатар мемлекеттік мекемелер және жалпы халық

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

үшін дағдарысты жағдай болды. Бұл оқиғаны адам факторы, қасақана немесе абайсыздықтан жасалынған дағдарысты жағдай деп қарастыруға болады.

Қарағанды облыстық әкімдігінің хабарлауынша, 31 желтоқсаннан 1 қаңтарға қараған түні Қарағандыдағы мейрамханалардың бірінде мекеме қонақтарының арасында қақтығыс болып, бір адам қаза тауып, төрт адам жарақаттанған. Барлығы жеті адам ұсталып, бір адамға халықаралық іздеу жарияланған (sputniknews.kz). Мәліметтерге сүйенсек, Қарағандыдағы оқиғаға байланысты 1-2 қаңтар күні құзырлы органдардың тарапынан ешқандай ресми мәлімдеме берілмеген. Соның салдарынан оқиға жалпы халықтық сипатқа ие болып, әлеуметтік желілерде қызу талқылауға ие болды. Тіпті, әлеуметтік желілерде ұлтаралық алауыздықты қоздыратын арандатушы үндеулер тарай бастаған.

Әр кризистік жағдайда құзырлы органдар немесе жауапты мекеме тарапынан ресми мәлімдеме жедел және нақты берілмесе, ақпарат тез бұрмаланып жалпыхалықтық талқылауға ұшырап кету қауіпі бар. Әсіресе, әлеуметтік желінің жиілігі мен ақпаратты тарату еркіндігі мұндай жағдайды аса ушықтырып жіберу қауіпін күшейтіп отыр. Сол себепті, бұрында кризистік жағдайға ұшыраған жағдайда “Алтын сағат” (“Golden hour”) түсінігі бойынша 1 сағаттың ішінде құзырлы мекеме жауап беру керек болса, кейініректе ол 15 минутқа қысқарып, ал қазір дәл сол сәтте мәлімдеме беру қажеттілігі артып келеді. Жауапты мекеменің немесе құзырлы органдардың жедел әрекет етуі және шынайы, нақты ақпаратты жасырмай тарата білуі кризистік жағдайдың аса ушықпауына мен жалпыхалықтық немесе халықаралық сипат алмауына негіз бола алады. Сонымен қатар, осындай жауапты кезеңде дәлелденген, нақты ақпаратты уақытылы тарату мекеменің репутациясының құлдырауы мен халықтың сенімінен айырылу қауіпін азайтады.

Сонымен, Қарағандыда болған жағдайда жоғарыда айтып өткендей мәлімдеме уақытылы берілмегендіктен, оқиға жұрт арасында ұлтаралық қақтығыс деген сипатқа ие болды. Осы жағдайдан кейін Қарағанды облыстық әкімдігінің баспасөз қызметі мен Қарағанды облыстық прокуратурасының баспасөз қызметі 2019 жылдың 3 қаңтар күні ресми ақпарат берген.

Мәлімдемеде облыстық прокуратура тұрғындарды және БАҚ өкілдерін ресми құзырлы орган ақпаратын күтуге шақырған. Ал, бұл қазіргі ақпарат дамыған замандағы біздің билік органдарының ақпаратты беру және тарату жағындағы бірден бір қателігі. Жоғарыда айтып кеткендей, қазіргі заманның талабы бойынша бұрынғы бір сағаттың ішінде мәлімдеме беру емес, оқиға орын алған сәттен бастап, болған орыннан ақпараттық саясатты құзырлы мекеме өзі жүргізуі керек. Олай болмаған жағдайда БАҚ және әлеуметтік желі, тіпті ауыздан ауызға халық арасында бұрмаланған ақпарат кеңінен тарап, оқиғаның одан ары ушығуына әкелуі әбден мүмкін. Бұл жағдайда құзырлы орган толық, нақты ақпаратты бере

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

алмаса да, оқиғаның орын алғандығын халыққа өздері бірінші жеткізіп, дәл сол сәттегі жағдайды қысқаша ғана мәлімдегені дұрыс. Айталық, бірқатар шетелдік тәжірибелерден мемлекеттік деңгейде кризистік жағдай болғанда смс хабарлама немесе құзырлы органның әлеуметтік желілері арқылы қысқаша мәліметтер немесе ескертулер жіберіліп отырады. Мысалы, Ұлыбританияда 2017 жылдың 23 наурызында орын алған террорлық шабуылға байланысты бірінші мәліметтердің барлығын Royal Police-тің түрлі ақпарат көздері арқылы таратылды. Әсіресе олар әлеуметтік желінің потенциалын тиімді пайдалана білді. Яғни, Twitter, Facebook, Instagram т.б. парақшаларында оқиғаның орын алған алғашқы сәтінен бастап ақпараттар таратыла бастайды. Мысалы, Twitter парақшасында “... осындай оқиға дәл қазір орын алды, салдары немесе күдікті анықталу үстінде, ақпаратты бізден күтіңіздер, сабырлық сақтаңыздар және жалған ақпаратқа берілмеңіздер” дегендей қысқа да нұсқа мәліметтер үздіксіз беріліп отырады. Яғни, біздегі сияқты әлеуметтік желілердегі ақпарат халықтың тарапынан емес, құзырлы органдардан беріліп, әлеуметтік желілер жауапты мекемелердің ресми ақпаратына толы болады.

Қарағандыда болған оқиғаға байланысты ресми ақпарат және мәлімдеме дәл уақытында емес, 15 минутта емес, 1 сағат ішінде емес, тіпті 3-ші күні бірақ берілген.

Сонымен қатар, әлеуметтік желіде бірінші ресми мәлімдеме таратқан Қарағанды облысындағы армян диаспорасы көрінеді. sputniknews.kz: “Қарағанды облысындағы армян диаспорасы жаңа жыл түні мейрамхана жанында болған қанды оқиғаға байланысты әлеуметтік желіде ресми мәлімдеме таратты. Армян диаспорасы кісі өлтіргендер қай ұлт өкілі болса да, тиісті жазасын алуы керек. Біз қаза тапқан жігіттің отбасы мен жақындарына қатты қайғырып көңіл айтамыз” деп жариялаған. Сондай-ақ, Қарағандыдағы оқиғаға қатысты Армения премьер-министрінің міндетін атқарушы Никол Пашинянмен осы елдің сыртқы істер министрлігі мәлімдеме жасаған. Яғни, облыстық армян диаспорасы бірінші үн қатқан, ал ҚР Халықтар Ассамблеясы оқиғаның халық арасында ұлтаралық қақтығыс деген сипатқа ие болса да үнсіз қалған. Жоғарыда айтқан құзырлы органдар, яғни Ішкі істер министрлігі, облыстық әкімшілік, прокуратураның дер кезінде ресми мәлімет бермеуі салдарынан оқиға халықтың арасында әртүрлі сипатқа ие болды.

Осындай мемлекеттік деңгейдегі кризистік жағдайда жоғарыда айтылып кеткен оперативті жауап беру және ақпарат тарату талаптарымен қатар мемлекеттік қызметкер, әсіресе басшылық лауазымдағы адамның БАҚ-қа және халыққа ашықтығы және одан алшақтамай, шынайы ақпаратты өзі жеткізуі маңызды. Ақпараттық түсіндірме жұмысын жүргізуде үлкен басшының айтқан сөзі мен мәліметі маңызды рөл ойнатынын ескерсек, ол болған оқиғаның басы-қасында жүріп, жедел ұйымдастырылған брифинг және пресс-конференцияларда БАҚ пен халықтың алдына шыққаны ұтымды.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Осындай кризистік оқиға туындаған жағдайда құзырлы мекеме коммуникациялық жұмысын күшейтіп, ақпараттық-түсіндірме жұмыстарын жүргізетін оперативті топ құрып, халыққа нақты, тиісті ақпаратты БАҚ және блогерлер арқылы тиімді жеткізуі қажет. Ең бастысы, өздерінің ақпараттық ресурстарын - веб-сайт, әлеуметтік парақшалары, хабарлама жіберу ресурстары тиімді пайдаланып, халықпен тікелей кездесу жұмыстарын жүргізуі маңызды. Әсіресе, жоғарыда айтылған әлеуметтік желінің әлеуетінің қазіргі кризистік жағдайда қысқа мерзімде ақпарат беру және үздіксіз ақпараттандыру жұмысын жүргізуде тиімді екенін ескеру қажет. Ол үшін мемлекеттік мекемелердің PR-менедерлері болуы және олар анти-кризистік PR-мен жұмыс істегендері абзал. Мемлекеттік мекемелердің PR-менедерлері қоғаммен ашық қарым қатынас орнатуына және билік пен халық арасында коммуникация орнауына негіз болады.

Coombs, W. (2010). Parameters for Crisis Communication. In: W. Coombs and S. Holladay, The Handbook of Crisis Communication, 1st ed. Oxford: Wiley-Blackwell, pp.17-53.

Coombs, W. and Holladay, S. (2010). PR strategy and application. Chichester, U.K.: Wiley-Blackwell.

Ulmer, R., Sellnow T., Seeger W. (2011). Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity. 2nd ed. London: SAGE

<https://sputniknews.kz/regions/20190106/8758877/qaragandy-armian-diasporasy-qaza-tapqan-jigit-otbasy-keshirim.html>

ҚАҚСТАНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ДАМУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ

ЖІГЕРҚЫЗЫ Н.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Журналистика және саясаттану факультеті Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының 4 курс студенті,

АЛГАЛИЕВА Г.С.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Журналистика және саясаттану факультеті Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының аға оқытушысы, ғылыми жетекшісі

Аннотация: Мақалада қазіргі таңда қоғамдағы ең өзекті болып тұрған экономика мәселесі сөз болады. Экономика ғылымын талдап түсіндір, халықтың экономикалық сауаттылығын арттыру үшін журналисттердің мамандануы қажет. Салалық журналистиканың мән маңызы мен қажеттілігі нақты мысалдармен көрсетіледі. Еліміздегі экономика саласында жазып, бағдарлама жүргізіп жүрген кәсіби