

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ 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

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

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

жураналситердің біліктілігі, тақырыпты жазу шеберлігі туралы пікірлер ұсынылады. Әлем елдерінде кең қолданыстағы «іскерлік журналситика» туралы, оның шығу тарихы, қоғамдағы қажеттілігі мен маңызы айтылады. «Қазақ журналистерінің экономикалық журналистикаға баруына не кедергі?» деген сұраққа жауап бар. Экономикалық тақырыпта жазу үшін журанлист қай бағытта іздену керек, қандай жолдармен кәсіби экономист журналист болуға болат деген мәселелер қарастырылады. Іскерлік журналистика туралы белгілі академик, журналистердің озық пікірлері ұғысынылып, экномикалық журналистиканың қажеттілігі кезек күттірмес мәселе деген тұжырымға келеді.

Кілттік сөздер: «Экономика», «Салалық журналистика», «Экономикалық журналистика», «Іскерлік журналистика», «Бизнес», «Экономикалық сауаттылық», «Ақша», «Нарық»

Бүгінгі қазақ бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдағы барлық саланы толық қамтып отыр деуге әлі ерте сияқты. Қазақ халқының салты мен дәстүріне сай келетін, оқуға жеңіл, қарапайым мәселер жиі жазылады, айтылады. Ал нағыз өмірімізге керек, дәл қазіргі қоғамда ең өзекті саналатын экономика, саясат, бизнес тақырыптары өте сирек жазылып, айтылып отыр. Әрине, бұған себеп экономиканың жілігін шағып, майын ішетін кәсіби маманның тапшылығы. Экономика – күрделі, көп ізденісті қажет ететін сала. Әсіресе қазақ қоғамы үшін бұл саланы тереңінен түсіну әлі де болса қиындық тудырып келеді. Еуропа, Американы айтпай-ақ көрші Ресейде экономикалық білім бізбен салыстырғанда жоғары. Бұқаралық ақпарат құралдарынан экономиканы талдап, саралап жазылған мақалаларды, бағдарламаларды жиі кездестіреміз. Шыны керек, біздің журналистер саяси көзқарас пен экономикалық жаңалықтарды орыс бұқаралық ақпарат құралдарынан аударып, көшіріп таратады. Бұл дамыған заманда қазақ журналистері үшін ұят нәрсе.

Еліміздің бас газеті «Егемен Қазақстанда» айында, жылында бір белгілі бір сандарды сөйлеткен мақалалар жарияланып тұрады. Оның өзі журналистің туындысы емес. Саясаткердің не болмаса қаржы саласы маманының айлық не жылдық есебі ретінде көрініс табады. Кез келген салада жазу үшін журналист сол саланы жете зерттеп, терең білім жинауы шарт. Айталық экономика саласында сараптамалық мақала жазу үшін үлкен, жоспарлы дайындық қажет. Қарапайым заттардан бастау тиімді. Яғни, ең қарапайым теңге құнының соңғы бағамын білуден бастау. Сол арқылы теңгенің құнына әсер етіп отырған ішкі және сыртқы факторлар анықталады. Солай мақсат айқындала түседі. Егер белгілі тақырып бойынша экономикалық маманнан сұхбат алу керек болса, журналист те уақытша болса да экономист болу керек. Журналист сұхбат берушіден артық болмаса да экономика бойынша білімі айтарлықтай болуы қажет. Сонда ғана көкейдегі сұрақтарға толық әрі кең көлемде жауап алынады.

Дәл қазір журналистер «экономиканы жазу қиын» деген пікірді жиі айтады. Негізінен, белгілі мамандардың сөзін алға тарсақ еш қиындығы

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

жоқ. Тек тыңғылықты түрде ізденіп, тәжірибелік тұрғыда жетілдіруді көздесең болды. Журналистика табалдырығын аттаған адам, оның биік шыңына шығуды мақсат етеді. Ол – заңды құбылыс. Бірақ, аталған мақсатқа жету – іскерлік журналистиканы меңгерумен байланысты болса қиналып қалатынымыз шындық. Мақсатты бағындыру жолында ізеніс, терең білім ғана көмекке келмек. Шыны керек бізде экономикалық фундаменти дұрыс қалыптаспаған қазақстандық журналистиканың бұл сала төңірегіндегі маман даярлау қарқыны әлі күнге жүйесіз құбылыс екеніне көзіміз нақ жетеді. Бірақ мәселе тек жүйесіздікте емес, қалыптасып, қарысып қатып қалған қағидада болып тұр. Ол нендей қағида десек, былай екен. Журналистиканың маңын жағалап, танымал болуды армандайтын қаншама жасөспірім бар делік. Тіпті, сол алып әлемге олар қадам басты делік, бірақ уақыт өте келе, мамандығы олардан салалық бөлінуді талап етеді. Осы тұста журналистиканың саяси, мәдени, әлеуметтік, экологиялық салаларына маманданғандар мен экономикалық тақырыптарда қалам тербейтіндер санының жер мен көктей айырмашылығына тап боламыз. Соңғы санаттағылардың саны алдыңғыларына қарағанда неғұрлым аз. Мұның себебі әлгі қатып қалған қағиданың ықпалында екенін байқау қиын емес: болашақ журналистердің іскерлік журналистика сынды белгісіз дүние алдындағы қалыпты қорқынышы. Сонымен қатар, бұл сала турасында бағыт берушілердің аздығы да мамандардың жетіспеушілігіне тікелей әсер етеді. Сонымен қатар «кітап – білім бұлағы, білім – өмір шырағы» демекші, бізде экономика туралы қазақ тілді оқу құралдары өте аз, тіпті жоқ деуге болады. Қазақ тілді оқырмандар аудармаға жүгінуге мәжбүр. Ал ол аудармаңыз белгілі бір елдің саясатына негізделіп жазылған болса, міне сонда нағыз шатасудың көкесі болады. Біздегі журналистердің өзіндік пікір білдіре алмауының ең басты себебі осы. Аударманың ықпалынан шыға алмайды, одан кейін ол журналистен қандай талдау, қандай сараптама күтесіз...

Бізде ештеңе жоқ, қалыптаспаған деп айтуға да болмайды. Күнделікті көрерменін экономикалық жаңалықтармен сусындатып, өз ой пікірін білдіріп жүрген кәсіби журналист, экономист мамандар бізде бар. Мәселен, Ерлан Қарин, Мұхтар Тайжан, Ринат Думанұлы – кәсіби экономикалық сарапшылық жағынан біліктілігі жоғары азаматтар. Өкіншітсі біздегі жас мамандардың көбі бірінші орынға танымалдылықты қояды. Әрине экономика, саясат туралы жазып, бағдарлама жүргізіп аз уақытта танымал болу қиын. Сондықтан да жас журналистер мәдениет, шоу бизнес туады жазғанды құп көреді. Және бір мәселе бізде мемлекеттік және жекеменшік арналарда жұмыс істейтін журналистердің көбісі нәпақаны ғана ойлайды. Бұл да дұрыс қой, бірақ адамның кәсіби деңгейі артса, оның танымалдылығы да артады. Ал танымалдылығы артса, ақшаның өзі оған келеді. Бұл бірінші кезекте адамның бейімділігіне байланысты. Экономика дегеніміз қарапайым тілмен айтқанда ақша. Ақша керек пе, табысты журналист болғың келеме онда экономика туралы жаз,

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

көрсет. Осы тұста журналистика мамандарын даярлайтын оқу орындары экономикалық салаланған журналистерді оқытуды қолға алуы керек. Журналист бірінші кезекте өзі экономикалық сауатты болса ғана, оқырманын, көрерменін сендіре алады. Журналистика мамандығында оқитын кез келген студент «іскерлік журналистика саласының құпиясы неде?», «оны меңгеруде кезігетін қиындықтарды қалай еңсеру қажет?» деген сұрақтар бойынша ізденісте жүруі керек. Кәсіби журналист те, енді қызметке тұратын жас журналист те іскерлік журналистика туралы білуі қажет. Экономикалық журналистиканың өзі іскерлік журналистикадан басталады. Іскерлік журналистика (ағылш. Business journalism) – қаржыға, бизнеске, іскерлікке, биржаға, халықаралық бағамдарға, танымал банктердің жағдайын қадағалауға, жалпы саудаға, ақшаға қатысты кез келген мәселелер төңірегінде мәліметтер жинақтап, халыққа ұсынатын журналистикадағы кәсіби сала. Іскерлік журналистиканың бастауы нарықтағы айналымы миллиондаған долларды құрайтын, әлемнің қаржылық орталығына айналған «Уолл-стриттің» пайда болған кезеңіне тұспа-тұс келеді. Бүгінде, ол көше негізінің қалану уақытына байланысты даулар көп. XVII ғасырда Нью-Йорктың солтүстік бөлігінде жергілікті тұрғындар жиналып, ағылшын колонистері мен тұрғылықты американдықтардан қорғану мақсатында ағаш дуал орнатады. 1685 жылы жергілікті халық дуал ортасынан, болашақта Уолл-стрит (Wall Street – Уолл көшесі) аталатын, жол салады. Көп ұзамай көшенің бойында саудагерлер мен көпестер жиналып, акциялар мен облигациялардың (құнды қағаз) сатылымына қатысуды әдетке айналдырады. Бірте-бірте, Уолл-стрит тек Нью-Йорк пен АҚШ-тың ғана емес, бүкіл әлемнің қаржылық эпицентріне айналады. Күні бүгінге дейін адамдардың бір-бірінен «Уолл-стриттен хабар бар ма?», я болмаса «Уолл-стрит қалай болып жатыр?» деп сұрауының бастапқы көше атауына қатысы жоқтығын біреу білсе, біреу білмейді, себебі Уолл-стрит, ол ең алдымен – нарық алаңы. Іскерлік журналистика өкілдері ұсынған мәліметтер мен ақпараттар билік басындағыларға және бизнес өкілдеріне жоспар құруға, жалпы аймақтық немесе халықаралық жағдайларды бағамдауға мүмкіндік береді. Іскерлік журналистика өз кезегінде журналистиканың екінші бір бағыты сары басылымдарға қарсы шығады. Іскерлік журналистиканың өкілдері бизнестегі жаңа өзгерістермен халықты таныстыра отырып, осы тақырып аясында болып жатқан түрлі оқиғалар мен жағдайларға баға беруге тырысады. Іскерлік журналистика бизнестің дамуына үлкен септігін тигізетін журналистиканың бірден-бір саласы.

Экономика өмір табалдырығын аттаған күнімізден бастап-ақ, әр басқан қадамызбен бірге өміріміздің ажырамас бөлігіне айналады. Ол, тура бір көлеңкеміз іспетті, өмірімізді экономикасыз елестету қиын. Сондықтан, жақсы өмір сүру үшін, материалдық тапшылыққа тап болмас үшін әрбір адам экономиканың қыр сырын меңгеруі ауадай қажет.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

«Ұсыныс сұранысқа тәуелді. Сұраныс бағаға тәуелді. Баға тауар санына тәуелді. Сан сапаға тәуелді. Осының барлығына әсер ететін әлі қаншама алуан фактор бар. Экономист, сарапшы, бизнесмен болғың келсе, сен осының барлығын білуің міндетті» деп, кино сүйер қауымның ең даулы да ең бюджетті фильмі «Волк с Уолл-стрит» те экономиканы насихаттайды. Үш сағаттық фильм экономика-бизнес-қаржы тақырыптарында түсірілген жауһар туынды десек, қателеспейміз. Жақсы маман болу үшін көп оқып, салаға қажетті кино, бағдарлама, тіпті қысқаша видео роликтерді де үзбей қарап отыру қажет.

Қазақ журналистикасында сараптамалық жанрға ден қою, талдамалы мақалалар жазу енді ғана қарқын ала бастады. Ол туралы журналистер арасында пікір алуан түрлі. «Жас қазақ» газетінің экономика және талдау бөлімінің редакторы Гүлзат Нұрмолдақызы жақсы пікір білдірген. Журналистің айтуынша экономика саласына қалам тербеп жүрген әріптестерінің ішінде экономикалық сараптама жасауға дейін көтерілген журналистер шамалы болса да қалыптасқанын ерекше қуанышпен айтып жүр. Қазақ экономикалық журналистика майталманы аталған Гүлзат Нұрмолдақызынан бөлек, елімізде экономикалық тақырыптарды қаузытайтын Алма Мұхамеджанова, Берік Тұрғынбекұлы, Гүлнәр Ахметова, Анар Қуанышбекова сынды бетке ұстар журналистеріміздің бар екенін айтып өту керек. Сонымен қатар, Қазақстанның белгілі бизнес журналисі атанған Бақытжан Жұмалиева да іскерлік журналистиканың өркендеуіне таптырмас үлесін тигізуде. Ол, өз кезегінде журналистердің экономика саласындағы білімі мен кәсіби шеберлігін арттыру мақсатында өзінің өмірлік тәжірибелерімен бөлісіп, медиа-тренингтер өткізіп тұрады.

Осы аталған ең қиын, күрделі сала экономика туралы жазып жүрген журналисттердің қай қайсы да жас мамандарға үлгі боларлықтай. Олардың жазу стилі, экономикалық білімі, ізденісі мен еңбекқорлығы жас журналистер үшін таптырмас мектеп деуге болады. Төлеген Асқаровтың басшылығындағы "BizMedia" Іскер журналистер орталығы да экономика саласындағы журналистік игі бастамалардың қайнар көзі болып, салалық журналистиканың дамуына айтарлықтай зор үлесін қосып отыр. Қоғамдық бастамалардың негізінде құрылған, табысы жоқ, коммерциялық емес бұл ұйым іскер бұқаралық ақпарат құралдары үшін практикалық дағдылары жетілген, білім деңгейі жоғары кадрлар дайындаумен айналысады. Осыдан ақ, талап ниет болса кез келген қиындықты жеңіп, мақсатқа жетуге болады деген пікірге келесің. Жалпы, іскерлік журналистика – журналистердің қаржы мен бизнеске тікелей қатысты ақпараттарды іздеп, жинап, жазып, талдап, жариялайтын кәсіби жанры. Сол жарияланымдар арқылы билік өкілдері мен іскерлік орталар өзекті мәселелерді талқылауға мүмкіндік алады. Яғни, БАҚ пен билік арасында экономикалық ақпараттық көпір құрылуы керек.

Елбасымыз 2007 жылы «ҚР халқының инвестициялық мәдениеті мен қаржылық сауаттылығын арттырудың бағдарламасын» қабылдады.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Ондағы мақсат – бұқаралық ақпарат құралдары өкілдеріне қаржы саласының қыр-сырын түсіндіріп, қор нарығында болып жатқан өзгерістерді кеңінен насихаттау. Сол мақсаттың аясында 2013 жылы мемлекет басшысының тапсырмасымен әлеуметтік-экономикалық тақырыптағы арнайы журналистер пулы да құрылды. Осы сынды жедел даму үдерістерінің барлығы еліміз үшін дәл іскер журналистердің қажеттілік дәрежесін көрсетеді. Қазір іскер журналистиканың жедел дамыған кезеңі. Іскерлік журналистика туралы академик Сағымбай Қозыбаев «Біз іскер журналистиканың ауқымы кеңейгенін, тақырыбының тереңдетілгенін және маңызды әлемдік мәселелер жөнінде журналистердің ашық тілдесе алатынын аңғардық. Сонымен қатар, қаржы дағдарысы іскерлік журналистиканы сапалы өсуге итермелейтініне көзіміз жетті. Сапалық қарым-қатынаста бізде іскерлік журналистика бар, енді ол сапалы қарым-қатынаста өсіп дамиды» деп ұтымды пікір білдірген.

Міне, журналистиканың басында жүрген қас шебер майталмандардың осындай ойлары жастарға қанат бітіріп, мамандыққа кәсіби бойлауға шақырады. Расында да, адам қалаған нәрсесіне анық қажеттілік туындаған кезінде ғана талпынады. Бұл ғылыми дәлелденген нәрсе. Ауаның қажеттілігі тұншыққанда пайда болатыны сияқты экономикалық сауатты болу қажеттілігі қаржы дағдарысында туындауы – заңды құбылыс. Халықтың экономикалық сауатын ашып, алаяқтардың арбауына түспеуге үйрететін экономикалық сауатты журналистер. Ол үшін журналистер бес қаруы сай, білімді, кәсіби маманданған болу керек. Сондықтан да, адал еңбектің нанын жегісі келетін кез келген журналист экономика туралы ойлауы, экономика туралы пікір білдіруі керек.

Пайдаланған әдебиеттер:

1. <https://yvision.kz/post/400808>
2. <http://economics.kazgazeta.kz/?p=9441>
3. <https://aikyn.kz/2017/02/25/5175.htm> «Айқын» газеті., экономикалық мақалалар

ТИПОЛОГИЯ АНАЛИЗ PR-ТЕКСТОВ В КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-СМИ: НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

КУДАЙБЕРГЕНОВА А.С.

*ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, магистрант
Научный руководитель – д.ф.н., проф. С.Ш. Тахан*

Аннотация: В последние годы нативная реклама стала весьма популярной в интернет-изданиях по всему миру. Ее стали активно