

**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 ЖЕЛДЕГІ 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 МАТЕМАТИГИ .....	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

7. Acar, A., & Muraki, Y. (2011). Twitter for Crisis Communication: lessons learned from Japan's tsunami disaster. *International Journal of Web Based Communities*, 7(3), 392-402.

8. Nah, S., & Saxton, G. D. (2013). Modeling the Adoption and Use of Social Media by Nonprofit Organizations. *New Media & Society*, 15(2), 294-313.

9. Щеголихина КЛ., Шупокоева Г.С. Интернет-технологии как способ продвижения социальных услуг некоммерческих организаций // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине / Сборник научных трудов Международной научной конференции. Национальный исследовательский Томский политехнический университет. 2014. С. 339-342.

### ПРОЦЕСС ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

**ДАНИЛОВ Александр Сергеевич**

*Магистрант I курса специальности «Связь с общественностью» Факультета журналистики и политологии Евразийского национального университета им. Гумилёва  
Научный руководитель – доцент, PhD Рыстина И.С.*

На сегодняшний день в Казахстане происходит как политическая, так и общественная трансформация, очерчивающая новый тип взаимоотношений между властью, гражданским обществом и широкими слоями населения. В основном, эта трансформация характеризуется цифровизацией государственных услуг и реформированием системы коммуникационной работы государственных и квазигосударственных структур. Очевидно, что эти изменения станут базисом для дальнейшего общественного развития, изучение основных тенденций и характеристик этого процесса позволят предсказать и внести изменения в будущую модель коммуникаций.

Основным фактором, подчеркивающим необходимость исследования, является структура государственных институтов и экономики Казахстана: на октябрь 2017 года во владении государства находилось 46,9% всех крупных и 56,5% средних предприятий страны. Глубокое проникновение государства в политические, экономические и социальные процессы приводит к тому, что именно оно и его институты являются основным «двигателем» процесса изменений в республике. Существенно на важность проведения исследования «здесь и сейчас» влияет факт близкого транзита власти в стране, ведь именно описание

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

цифровизации процессов и коммуникаций позволит выстроить более-менее реалистичный прогноз «портрета» Казахстана в будущем.

К сожалению, на сегодня сфера связей с общественностью не пользуется популярностью у казахстанских исследователей, косвенно на это влияет развитие отрасли в целом: специалисты по связям с общественностью только в редких случаях становятся членами правлений крупных компаний, общее понимание их зоны ответственности сводится к взаимоотношениям с прессой, по сути, руководство лишает их возможности влиять на принятие решений. Это обстоятельство тормозит развитие рынка и, как следствие, интерес к глубоким исследованиям коммуникаций в Казахстане остаётся на низком уровне.

Данная работа ставит своей целью, в том числе, описание существующих процессов коммуникаций в государственном аппарате и квазигосударственных структурах, а также составление рекомендаций по общему развитию рынка.

Очевидно, что на сегодня в государственных органах связь с общественностью не воспринимается как отдельный компонент ежедневной работы, часто ответственность за её выполнение перекладывается либо на рядовых некомпетентных сотрудников, либо на пресс-секретарей, не имеющих необходимого бэкграунда для работы с широкой аудиторией. К числу проблем государственных коммуникаций можно отнести не только прямое взаимодействие с прессой и другими СМИ, но и контакты с блогерами, гражданами и бизнесом. Очевидно, что процесс информатизации в новой эпохе позитивно влияет и на государственных чиновников: когда информация стала самым дорогим товаром, граждане государств требуют от властей всё большей и большей открытости. К примеру, ОБСЕ в своём руководстве для правительств подчеркивает, что граждане должны активно участвовать в процессе принятия решений и выработке политических инициатив. Такой механизм должен подразумевать как активное участие граждан, так и ответственность правительства за выработку курса и окончательное решение. По сути, продвинутый уровень двусторонних отношений является необходимой частью работы государственных органов в наше время[2].

В течение долгого времени международными организациями отмечалась закрытость государственных органов Казахстана для широкой аудитории [3]. Для ликвидации этой ситуации государством было предпринято несколько мер:

Организована служба центральных коммуникаций. Основные виды деятельности - формирование единой площадки для коммуникаций государственных органов, национальных компаний, государственных учреждений и средств массовой информации; выработка эффективных механизмов по взаимодействию с региональными средствами массовой информации; участие в проведении государственной информационной

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

политики; изучение международного опыта по вопросам средств массовой информации и коммуникаций. Форматы мероприятий: пресс-конференция, анонсовый брифинг официального представителя, брифинг «на ногах», лекторий, встреча без галстуков, круглый стол, Шын тобе, kaz talks, FailUp Nights. Мероприятия транслируются в прямом эфире на телеканале «Хабар24», на официальном сайте Службы центральных коммуникаций ortcom.kz, на странице Facebook [4].

Принят закон «О доступе к информации». Разработка и принятие закона были предусмотрены различными стратегическими и программными документами «Пять институциональных реформ», План Нации «100 конкретных шагов», Антикоррупционная стратегия Республики Казахстан на 2015-2025 годы. Он означает важный шаг по реализации на практике права на доступ к информации, обеспечения прозрачности и подотчетности публичной власти. Этот закон является инструментом предотвращения и выявления коррупции [5].

Чиновники и государственные органы стали использовать социальные сети в качестве коммуникационных площадок для прямого взаимодействия с гражданами. На сегодня множество спикеров перенесли публичную деятельность на площадки социальных сетей, наиболее интересным и успешным кейсом среди которых является аккаунт экс-акима Астаны Асета Исекешева. Первоначально им было выбрано правильное позиционирование при пришествии на пост – постоянная проблема города, а именно подтопление улиц после обильных осадков, не получало никакой официальной реакции, чаще всего власти ограничивались сообщениями о работе техники. Практически через несколько недель после назначения на эту должность Исекешев столкнулся с этой же проблемой, но отреагировал иначе: он извинился перед горожанами: «Уважаемые жители и гости столицы! От имени акимата города хочу принести свои извинения за неудобство на дорогах Астаны, связанное с обильными осадками. Быстрое развитие города опередило темпы строительства системы ливневой канализации, что и стало основной проблемой при непогоде. Как сообщили нам коллеги из Казгидромет, за несколько дней проливных дождей в Астане выпала месячная норма осадков» [6]. Таким образом, был выбран верный стиль позиционирования аккаунта и в дальнейшем он обращался не только как аким к подчиненным, но и как к землякам, жителям того же города, что и он сам.

Надо признать, что сегодня соцсети – это важнейший и неотъемлемый компонент политического медиаландшафта. С другой стороны, для политиков просто необходимо прохождение специализированных курсов по работе с аудиторией и продвижению в социальных сетях. Примером пренебрежения подобным советом является недавняя публикация на аккаунте заместителя акима Акмолинской области Марата Игали [7]: в день смерти знаменитого писателя Шерхана

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Муртазы он выложил пост с фотографией здравствующего Мухтара Шаханова, чем вызвал негодование и отторжения у растущей казахоязычной аудитории (рисунок 1).



Рисунок 1. Пост Марата Игали в социальной сети facebook.com

Таким образом, становится очевидной проблематика работы государственных чиновников в новом коммуникационном медиаландшафте: с одной стороны государство создаёт все более жёсткие требования к открытости государственных органов, с другой отсутствие качественных компетенций и профессионалов управления связью с общественностью генерирует большое число рисков.

Учитывая всё вышеприведенное, государственным органам необходимо предпринять следующие усилия:

1. Разработать стратегию публичного позиционирования как государственного органа, так и его первых руководителей, обязательно включающую в себя антикризисные действия;
2. Проводить обязательные ежеквартальные стратегические сессии по наиболее рискованным предметам деятельности, корректируя как план действий, так и коммуникационную кампанию с учётом мнения общественности;
3. Проводить курсы повышения компетенций как PR-специалистов, так и топ-менеджеров для реализации коммуникационной стратегии;
4. Проводить ежегодный репутационный аудит и отслеживать факторы, прямо или косвенно влияющие на репутацию государственного органа;
5. Проводить активную информационную политику, включающую в себя не только ассиметричный подход, но и симметричные каналы коммуникаций – социальные сети, чаты и т.д.;

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

6. Улучшать собственные каналы коммуникаций – сайты и аккаунты в социальных сетях, перейти на перманентную модель генерации контента в современном формате.

### Список использованной литературы:

1. В Казахстане доля государства в крупном бизнесе достигла максимума за 10 лет // [<https://informburo.kz/novosti/v-kazahstane-dolya-gosudarstva-v-krupnom-biznese-dostigla-maksimuma-za-poslednie-10-let.html>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

2. Граждане как партнёры. Руководство ОЭСР по информированию, консультированию и активному участию общества в разработке политического курса. Стр. 18 // [<https://goo.gl/kQUSfd>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

3. Государственные органы Казахстана отнесены к самым коррумпированным. // [<https://rus.azattyq.org/a/transparency-international-kazakhstan-korrupsia/25188688.html>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

4. Официальный сайт Службы центральных коммуникаций. // [<http://mic.gov.kz/ru/pages/rgu-sluzhba-centralnyh-kommunikacij-ministerstva-informacii-i-kommunikacij-respubliki>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

5. Как достичь прозрачности и подотчетности госорганов. Наталья Ковалева, исполнительный директор ОФ «Транспаренси-Казахстан» // [<https://www.zakon.kz/4890180-kak-dostich-prozrachnosti-i.html>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

6. Асет Исекешев извинился за потоп в Астане. // [<https://www.zakon.kz/4807400-aset-isekeshev-izvinilsja-za-potop-v.html>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

7. Официальный аккаунт Марата Игали в Facebook. // [<https://www.facebook.com/marat.igali>] (дата обращения: 3.12.2018 г.)

## РАЗВИТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

**АЯГАНОВА Асель Агыбаевна**

*Магистрант I курса специальности «Связь с общественностью» Факультета журналистики и политологии Евразийского национального университета им. Гумилёва  
Научный руководитель – доцент, PhD Рыстина И.С.*