

FTAMP 19.41.07

<https://doi.org/10.26577/HJ20257845>**К. Рахмет*** , **А.Ж. Саурбаева** 

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*e-mail: rkulaykhan@mail.ru

ІСКЕРЛІК ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Бұл зерттеу іскерлік журналистиканың негізгі бағыттарын және оның қоғам мен экономикадағы рөлін талдауға арналған. Іскерлік журналистика қазіргі таңда бизнес, экономика, қаржы және технология салаларындағы маңызды ақпарат көздерінің бірі болып табылады. Ғылыми жұмыстың мақсаты ретінде іскерлік журналистиканың ерекшеліктерін, оның қаржы, экономика, технологиялар, денсаулық сақтау, туризм және басқа да салалармен байланысын анықтау, бұл саладағы журналистік маманданудың маңыздылығын көрсетуді негізге алдық. Атап айтқанда зерттеу кәсіпкерлік, қаржы, инвестициялар, жылжымайтын мүлік, технологиялар және экология сияқты салаларға бөлінген іскерлік журналистиканың негізгі тұжырымдамаларын талдаудан тұрады.

Жұмыстың ғылыми маңыздылығы іскерлік журналистиканың заманауи теориясы мен практикасына цифрлық коммуникация құралдары тұрғысынан зерттеулер енгізу, осы саладағы ақпараттық контентті жетілдіру мақсатында жаңа тұжырымдамалар ұсынуға бағытталған.

Зерттеу әдістемесі ретінде контент-талдау, салыстырмалы сараптама және салааралық талдау қолданылды. Негізгі нәтижелер ретінде іскерлік журналистиканың салаларға бөлінуі, әрбір бағыттың терең талдануы және оған қатысты мамандану қажеттілігі айқындалды.

Зерттеу нәтижесінде іскерлік журналистиканың теориялық аспектілеріне талдау жүргізілу арқылы практикада қолдану үшін тиімді әдістер ұсынады.

Түйін сөздер: іскерлік, бизнес, экономика, кәсіпкерлік, журналистика, массмедиа, электронды медиа.

K. Rakhmet*, A.Zh. Saurbaeva

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

*e-mail: rkulaykhan@mail.ru

Theoretical and Practical Foundations of Business Journalism

This study is devoted to the analysis of the main areas of business journalism and its role in society and the economy. Business journalism today is one of the key sources of information in the fields of business, economics, finance, and technology. The purpose of the research is to identify the features of business journalism, to explore its connection with finance, economy, technology, healthcare, tourism, and other sectors, and to demonstrate the importance of professional specialization in this field. In particular, the study analyzes the main concepts of business journalism, divided into such areas as entrepreneurship, finance, investment, real estate, technologies, and ecology.

The scientific significance of the research lies in the introduction of studies into the modern theory and practice of business journalism through the lens of digital communication tools, as well as in the proposal of new conceptual approaches aimed at improving the quality of informational content in this field.

The research methodology is based on content analysis, comparative analysis, and interdisciplinary analysis. The key findings reveal the sectoral differentiation of business journalism, provide an in-depth examination of each direction, and emphasize the necessity of specialization.

As a result, the study contributes to the theoretical aspects of business journalism and offers effective methods for practical application.

Keywords: business, entrepreneurship, economy, journalism, mass media, electronic media.

К. Рахмет*, А.Ж. Саурбаева

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

*e-mail: rkulaykhan@mail.ru

Теоретические и практические основы деловой журналистики

Данное исследование посвящено анализу основных направлений деловой журналистики и её роли в обществе и экономике. В настоящее время деловая журналистика является одним из важнейших источников информации в сфере бизнеса, экономики, финансов и технологий. Целью научной работы является выявление особенностей деловой журналистики, определение её взаимосвязи с финансами, экономикой, технологиями, здравоохранением, туризмом и другими отраслями, а также демонстрация значимости журналистской специализации в данной сфере. В частности, исследование состоит в анализе основных концепций деловой журналистики, разделённой на такие направления, как предпринимательство, финансы, инвестиции, недвижимость, технологии и экология.

Научная значимость работы заключается во внедрении исследований в современную теорию и практику деловой журналистики с позиции цифровых коммуникационных инструментов, а также в предложении новых концептуальных подходов, направленных на совершенствование информационного контента в данной области.

В качестве методологии исследования использованы контент-анализ, сравнительный анализ и междисциплинарный подход. Основными результатами стали выделение отраслевой дифференциации деловой журналистики, углублённый анализ каждого направления и акцент на необходимости специализации.

Результаты исследования позволяют через анализ теоретических аспектов деловой журналистики предложить эффективные методы для практического применения.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательство, экономика, журналистика, средства массовой информации, электронные медиа.

Кіріспе

Іскерлік журналистика ұғымы бизнес пен экономика саласындағы көптеген аспектілерді қамтиды. Ол журналистиканың бір саласы ретінде экономикалық үдерістерді, қаржылық операцияларды, корпоративтік жаңалықтарды және бизнес-шешімдерді талдау құзыреттілігіне ие. Қазіргі заманда бұл сала бизнес әлемі мен қоғам арасындағы ақпарат алмасудың маңызды кәсіби құралға айналды.

Мәселен, іскерлік журналистиканың қызметі бизнес саласындағы адамдарға, инвесторларға, кәсіпкерлерге және жалпы қоғамға бизнес пен экономика саласында шешімдер қабылдауға көмектесетін ақпараттық талдауларды ұсынады. Осы күні Швед іскерлік журналистикасы ұйымдар арасында ортақ тәжірибесі бар қалыптасқан ұйымдастырушылықпен ерекшеленуге басымдық берген.

Іскерлік журналдарды саралай келіп іскерлік журналистика жеке адамдар мен ұйымдардың қоғаммен өзара әрекеттесу процесінде туып институционалдық кәсіпкерлік процестер арқылы дамыды деген тұжырым жасайды (Grafström, 2006). Жеке тұлғалар өздерінің бұрынғы іскерлік немесе журналистік байланыстарында институционалдық логикаға сүйенетіндіктен – бұл

саланың пайда болуына үлес қосқандарын айтады. Бизнес пен журналистиканың өзіндік институционалдық логикасы баспасөзге жаңа бағыт берді деуге негіз жоқ емес. Бұл ұйымдар мен бизнестердің жұмыс істеуіне тың серпін беріп қана қоймай журналистиканың тағы бір түрін айшықтап берді. Бұқаралық ақпарат құралдары ұлттық мүдделерді ілгерілету және ел туралы ақпаратты тарату арқылы қоғамдық пікірдің қалыптасуына ықпал етеді, сонымен қатар мемлекеттің бейнесі мен беделін айқындау функцияларын атқарады. Қазақстан да өзге мемлекеттер сияқты халықаралық аренада ұлттық имидж қалыптастыру мақсатында ақпараттық саясатты, соның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының мүмкіндіктерін тиімді пайдалануда. Бұл үдеріс елдің экономикалық, саяси және мәдени байланыстарының дамуына ықпал етуде. Осы контексте қазіргі журналистикада ақпарат өндіру мен тарату үрдістерімен қатар, іскерлік қарым-қатынас пен іскерлік этика мәселелері де зерттеу нысанына айналып отыр. Іскерлік қатынастар түрлі мәдениеттердің тоғысқан алаңы болғандықтан, мәдени ерекшеліктер ескерілмеген жағдайда әртүрлі коммуникациялық қиындықтар туындайды. Сондықтан медиа кеңістіктегі іскерлік журналистиканың дамуын мәдени кодтарды назарға ала отырып оқыту, практикада

қолдану және кәсіби стандарттарды қайта қарастыру өзекті болып саналады. Аталған бағыттағы ғылыми зерттеулердің жеткіліксіздігі оқу бағдарламалары мен оқулықтарда іскерлік журналистика курстарының толықтығын қамтамасыз етуге ерекше назар аударуды талап етеді.

Зерттеудің мақсаты – іскерлік журналистика саласындағы өзекті мәселелерді анықтау, оның әлеуметтік-экономикалық үдерістерге ықпалын талдау, цифрлық ортадағы іскерлік журналистика теориясының даму бағыттары мен келешегін айқындау және қазіргі медиа кеңістіктегі трансформацияларды ескере отырып, практикалық қызметке бейімдеудің ғылыми-әдістемелік ұсыныстарын әзірлеу. Осы мақсатқа қол жеткізу үшін төмендегідей міндеттер айқындалды: қазіргі іскерлік журналистиканың теориялық негіздеріне талдау жасау (ұғымын, типологиялық мәселелерін және функционалдық ерекшеліктерін анықтау); іскерлік журналистиканың даму тарихын қарастыру және отандық пен шетелдік тәжірибені салыстырмалы тұрғыдан зерделеу; Қазақстандағы іскерлік журналистиканың қазіргі бағыттарын айқындау; іскерлік журналистикадағы кәсіби және этикалық стандарттарды талдау.

Зерттеу материалдары мен әдістері

Осы күні іскери журналистиканы саяси және бизнес-топтар нарықтық тенденциялар туралы үнемі ақпарат алуға, алмасуға және нарықтағы сұраныстар мен талғамды ескеріп стратегиялық шешімдер қабылдауға, әлеуметтік-экономикалық мәселелерде қоғамдық пікірді қалыптастыру, пікірталас жүргізу үшін пайдаланады. Бұл өз кезегінде қоғамның белсенділігін арттыруға, тұтынушыны тұрақтылығын сақтауда маңызды рөл атқарады. Осы функцияны назарға алған іскерлік журналистика негіздері журналистерден бизнес-процестерді, экономика мен қаржы саласын, ақша айналымы мәселелерін жете игеруді талап етеді. Сондықтан іскерлік терминология саласында сауаты жеткілікті және сондығымен күрделі ұғымдарды кең аудиторияға қарапайым және түсінікті тілде ұсына алатын білікті мамандардың қажеттілігі туады.

Зерттеу барысында іскерлік журналистиканың салалары мен құрылымның жекелеген міндеттерін жүйелеу, іскерлік журналистиканы зерттеп жүрген ғалымдардың еңбектеріндегі негізгі ұғымдар мен тұжырымдарды талдау, Қазақстанның іскерлік журналистикасын сипат-

тау, шетелдік тәжірибемен салыстыру әдістері қолданылды. Іскерлік медианың өзіндік ішкі ерекшеліктері мен функциясын, журналистика саласын зерттеушілердің іскерлік масс-медиа туралы пікірлеріне жүгіне отырып ақпарат жасау мен таратудың салалық ерекшеліктері де назарға алынады.

Іскерлік журналистика мемлекеттік мекемелер өкілдеріне, кәсіпкерлерге және кең аудиторияға қаржы, экономика және бизнес салаларындағы өзгерістер мен жаңашылдықтар туралы сапалы ақпарат ұсынатын маңызды коммуникациялық құрал болып табылады. Бұл салада жұмыс істейтін мамандар экономикалық үдерістерді, нарықтық тенденцияларды, компаниялардың қызметін, инвестициялық мүмкіндіктерді және мемлекеттік экономикалық саясатты талдап, оларды түсінікті тілде жеткізе отырып, шешім қабылдау үдерістеріне бағыт-бағдар бере алуы тиіс. Осыған орай іскерлік журналистикаға аналитикалық талдау қабілеті бар, салалық білімі терең, цифрлық сауатты, құқықтық және этикалық нормаларды меңгерген кәсіби мамандар қажет. Сонымен бірге қазіргі ақпараттық технологиялар мен ақпарат тарату тенденцияларын түсіну де іскерлік журналистика қызметін нәтижелі жүзеге асырудың маңызды шарты болып табылады.

Әдебиетке шолу

Қазіргі ақпараттық қоғамдағы іскерлік журналистиканың аспектілерін зерттеуге қызығушылық оның қоғамдық маңызынан туындаса керек. Десекте, сонау баспасөз тарихындағы альманах, газет, журналдарда іскерлік журналистиканың белгілері болғанын ресейлік ғалымдар зерттеу еңбектерінде келтіреді. Сондай-ақ, А.В.Еременко, В. С. Кулев, Е. И. Мордовская, Г.С.Мельник, А. Н. И Тепляшина, Д. А. Мурзин, Б. Я. Мисонжников,

Д. Н.Нечаев, В.В.Тулупов, А.Сергачев және т.б. іскерлік БАҚ дамуында әртүрлі аспектілерін қарастырды (Еременко, 2006). Яғни, қай заманда да іскерлік журналистиканың анықтамасы мен типологиясы баспасөз тарихында көрініс тауып отырған және олар туралы айтпауға болмайды. Әр кезеңде баспасөздің типологиялық дамуын, қалыптасуын зерттеген ғалымдар мен баспасөз тарихын зерттеушілер бар. Дей тұрғанмен революцияға дейінгі іскерлік БАҚ-ты жүйелеп арнайы курсқа әдістеме дайындаған бірден бір ғалым ретінде Б.И. Есиннің есімі аталады (Есин, 2005).

Осы және басқа да ғалымдардың еңбектерін негізге алып қазіргі іскерлік журналистиканың қамтитын аспектілерін ақпаратты өндіру, тарату, жаңалықтарды игеру, қаржылық талдау, сұхбат жүргізу, іскерлік саладағы әдеп нормалары мен жоғары деңгейдегі тәуелсіздікті қамтамасыз ету деп қарастыруға болады. Коммуникация құралдарының түрленуімен тікелей байланысты бұл үдерістер іскер журналистің кәсіби қызметін айқындайды. Мұндай жағдайда журналистердің мүдделер қақтығысын туындататын әрекеттерден, жалған немесе бұрмаланған ақпаратты жариялаудан аулақ болуы – журналистік этиканың іргетасын құрайтын маңызды қағида болып табылады. Осы орайда тақырыптың өзектілігі, сондай-ақ оның ғылыми-теориялық және эмпирикалық зерттеулер үшін маңыздылығы (өзгермелі медиа орта мен цифрлық модернизация жағдайында) зерттеудің объектісі, мақсаты мен міндеттерін айқындауға бағыт-бағдар береді.

Нәтижелер мен талқылаулар

Зерттеушілердің «іскерлік журналистика» ұғымын жан-жақты қарастырып, анықтамасын нақтылауға арналған еңбектері болғанымен, қазіргі медиакөңістіктегі трансформациялар жағдайында оны пайдаланудың ғылыми-әдістемелік негіздемелері жеткілікті деңгейде қалыптаспаған. Оқулықтар мен әдістемелік құралдардың тапшылығы да байқалады. Іскерлік журналистика ұғымының мазмұны кең әрі көпқырлы. Бұл бағыттағы зерттеулер қатарында Жұмажанова С. (2022), Нүргожина Ш.И. (2006), Барманкүлов М. (2007), *Іскерлік журналистика* (2019) еңбектерін атап өтуге болады. Сонымен қатар соңғы зерттеулердің бірінде XX ғасыр басындағы баспасөзде іскерлік материалдардың көбінесе жарнама түрінде ұсынылғаны көрсетілген. Мұндай басылымдарда жарнамалық ақпараттармен қатар арнайы тақырыптық беттер ұйымдастырылып, «Жарнама», «Алаш азаматына» сияқты айдарлар арқылы жарнамалық мақалалар мен қысқа мәтіндер берілгені айтылады (Рахмет К., 2024).

Іскерлік бұқаралық ақпарат – бизнес, экономика және өндіріс салаларына қатысты мәселелерді, оқиғаларды, сараптамалар мен талдауларды жариялауға бағытталған қызмет. Алайда, зерттеушілердің пікіріне сүйенсек, іскерлік журналистиканың міндеті тек экономикалық оқиғаларды баяндаумен шектелмейді. Ол іскерлік өмірді, кәсіпорындардың қызметін,

өндірістегі жаңа технологиялардың енгізілуін бақылау арқылы нарықтық қатынастардың нәтижелері туралы толық әрі нақты ақпарат беруді мақсат етеді.

Іскерлік ақпараттың негізгі тұтынушыларына бизнес өкілдері, менеджерлер, банк қызметкерлері, қор нарығы мамандары, риэлторлар, сондай-ақ экономикалық және қоғамдық-саяси өмірде қор нарығының рөлін түсінетін арнайы дайындықтағы мамандар жатады. Сондықтан іскерлік журналистиканың қоғамдағы орны мен еңбек нарығындағы сұранысын айқындау үшін оның қызметтеріне, мақсаттарына және іскерлік өмірге ықпал ету әлеуетіне қазіргі заман талаптары тұрғысынан баға беру өзекті болып табылады.

Зерттеуші М.В. Шкондин БАҚ типологиясындағы маңызды белгілерді салыстыра отырып, іскерлік журналистиканы мынадай өлшемдер бойынша жіктейді: технологиялық, экономикалық, аудиториялық, редакциялық, мазмұндық-тақырыптық, ұйымдастырушылық, шығу уақыты, форматы және шығу жиілігі (Шкондин, 2003).

Іскерлік журналистиканы бұқаралық ақпарат құралдарының жалпы жүйесінен бөліп қарастыру үшін аталған белгілердің ішінде үш аспект ерекше назарға алынады: аудиториялық, редакциялық және мазмұндық-тақырыптық. Сонымен қатар, мақсаттық өлшем де маңызды рөлге ие. Мәселен, «басылым іскерлік болып табыла ма?» деген сұраққа жауап беру үшін алдымен мына мәселелер айқындалуы қажет:

- а) ақпараттық өнімнің кімге арналатыны;
- б) басылымның тақырыптық бағыты;
- с) басылымның шығу мақсаты.

Іскерлік баспасөздің негізгі оқырман аудиториясын газеттер мен журналдардың жазылушылары мен жеке сатып алушылары құрайды. Бұл топ көбіне қоғамның жоғары және орта әлеуетті топтарына жатады және олар іскерлік ақпараттың негізгі тұтынушылары болып саналады. Іскерлік баспасөздің негізгі тұтынушылары қатарында инвесторлар, акционерлер, үлескерлер, менеджерлер және ұсынылған ақпарат негізінде пайдалы шешім қабылдауға немесе белгілі бір экономикалық нәтиже күтуге мүдделі тұлғалар бар. Дегенмен, мұндай сипаттамалар іскерлік басылымдарды тек қаржылық табысы оған тікелей тәуелді адамдар ғана оқиды деген тұжырым жасауға негіз бола алмайды. Шын мәнінде, іскерлік ақпарат аудиториясының ауқымы әлдеқайда кең.

Зерттеуші С.Ф. Конрадтың пікірінше, журналист ақпаратты мақсатты аудиторияның екі түріне арнап ұсынады. Біріншісі – қарапайым оқырмандар («көрушілер» және «қараушылар»), олар үшін журналист ақпаратты қарапайым тілде, күрделі терминдерсіз жеткізуші ролін атқарады. Екіншісі – сарапшылар, яғни нақты саланың мамандары; бұл топқа арналған материалдарда терең талдау мен кешенді зерттеулер қамтылады (Fink, 2000).

Іскерлік ақпаратты тек мақсатты, тар шеңбердегі аудитория ғана тұтынады деген түсінік қалыптаспауы тиіс. Қаржыға, бизнеске немесе экономикаға тікелей қызығушылық танытпайтын азаматтар да «әлемде болып жатқан» экономикалық құбылыстар туралы ақпарат алуға мүдделі. Қазіргі кезеңде медиа сауаттылық пен қаржылық сауаттылық ұғымдары кеңінен таралып, насихатталуда. Цифрлық сауаттылықтың артуы қарапайым азаматтардың да экономикалық процестерді түсінуге, қаржылық шешімдер қабылдауға және нарықтағы өзгерістерді бағалауға ұмтылуына ықпал етуде.

Сонымен қатар, кейбір іскерлік басылымдардың аудиториясы қоғамдық-саяси, көңіл көтерушілік немесе тіпті «сары» басылымдардың оқырмандарымен де сәйкес келуі олардың әлеуметтік қажеттілігін айқындайды. Мысалы, АҚШ-тағы беделді басылымдардың бірі *The Wall Street Journal* газетінің таралымы шамамен 2 миллионды құраса, ал *USA Today* газеті 2,5 миллион данамен таралады. Мұндай деректер ең алдымен орта тап өкілдерінің қаржылық құралдарға – акцияларға, құнды қағаздарға, депозиттерге деген қызығушылығымен байланысты болуы ықтимал.

Халықаралық экономика – бұл әртүрлі мемлекеттер мен аймақтар арасындағы сауда және қаржылық өзара әрекеттесуді зерттейтін экономикалық ғылым саласы. Ол тауарлар, қызметтер және капитал алмасуымен қатар, жұмыс күші мен технологиялардың трансшекаралық қозғалысын талдайды. Халықаралық экономика аясында қолданылатын негізгі теориялар мен модельдерге мыналар жатады:

1. Салыстырмалы артықшылықтар теориясы (Д. Рикардо): елдер салыстырмалы түрде тиімді өндіре алатын тауарлар мен қызметтерге мамандану арқылы пайда табады.

2. Абсолютті артықшылықтар теориясы (А. Смит): егер мемлекет белгілі бір тауарды басқа елдерге қарағанда аз шығынмен өндіре

алса, сол тауарға мамандану арқылы артықшылыққа ие болады.

3. Хекшер–Олин моделі: елдер өздерінде мол өндіріс факторларын қажет ететін тауарларды экспорттап, ал тапшы өндіріс факторларын қажет ететін тауарларды импорттайды.

4. Сатып алу қабілетінің паритеті теориясы: айырбас бағамы екі елдегі баға деңгейін теңестіріп, бірдей сатып алу қабілетін қамтамасыз етуі тиіс.

5. Халықаралық қаржы теориялары: мемлекеттер арасындағы капитал мен инвестиция ағындарын (тікелей, портфельдік инвестициялар, халықаралық қаржы нарықтары) зерттейді.

Халықаралық экономиканың осы теориялары мен модельдері жаһандық сауданы, валюталық саясатты, аймақтық интеграциялық процестерді, елдердің даму деңгейін және жаһандандудың ұлттық экономикаларға ықпалын жан-жақты түсінуге мүмкіндік береді.

Сарапшылардың қорытындысына қарағанда, «бизнес – журнал, ең алдымен, қажетті журнал (әйтпесе оған өте жұмысбасты, маңызды адам уақытын бөліп, оқып отырмас еді). Бұл жерде маңызды шешім қабылдауға, сараптауға, стратегиялық жобалар құруға, салым салуға, қаржылық және өзге салалардың дамуы туралы ақпараттар, ең бастысы жарнама бар. Мұндай басылымдар істі бастап, оны табысты жүргізуге көмектеседі» (Бочаров А., Шостак М., Калашникова Л., 1996).

Зерттеушілердің тұжырымдарына сүйенсек, **корпоративтік жаңалықтар іскерлік журналистиканың маңызды құрамдас бөлігі** болып табылады. Бұл бағыт ірі компаниялардың қызметін, олардың стратегиялық шешімдерін, инвестициялық жобаларын және нарықтағы орнын сипаттайтын ақпаратты жинау, талдау және оқырмандарға жеткізуді қамтиды. Нәтижесінде аудитория компаниялардың ағымдағы қызметі мен болашақтағы даму перспективалары туралы толыққанды түсінік алу мүмкіндігіне ие болады.

Іскерлік журналистиканың бұл саласы тек ақпаратты хабарлаумен шектелмей, сонымен қатар корпоративтік ортадағы **трендтерді, инновацияларды және басқарушылық тәжірибені талдау арқылы пайдалы деректерді ұсынады**. Мұндай ақпарат бизнес-шешімдерді қабылдау процесінің негізін құрайды, инвестициялық стратегияларды әзірлеуге ықпал етеді және нарықтағы бәсекелестік жағдайында бағдар беруге мүмкіндік береді. Корпоративтік жаңалықтар, әдетте, компаниялардың қаржылық көрсеткіш-

тері, стратегиялық шешімдері, бірігу немесе қосылу процестері, басшылық құрамындағы өзгерістер және бизнеске әсер етуі ықтимал өзге де оқиғаларды қамтиды.

АҚШ-тағы Іскерлік басылымдардың Америкалық ассоциациясы бұл ұғымға мынадай анықтама береді: *«Іскерлік басылым құрамына жаңалықтар, мақалалар және жарнамаға нақтылы маманданған, индустриалдық, саудалық топтар өкілдерінің қызығушылықтарын қанағаттандыруға арналған журнал немесе газет»* (Forsyth D., 1964). Осы ретте америкалық ғалымдар іскерлік журналистика қызмет атқаратын саланы тар шеңберде қарастырып, негізінен мамандандырылған бұқаралық ақпарат құралдарына басымдық беретінін байқауға болады.

Белгілі америкалық зерттеуші Д. Ж. Элфенбейн өз еңбегінде іскерлік басылымды былай сипаттайды: *«Бұл редакциялық және жарнамалық тұрғыда менеджерлерге қажетті ақпарат беретін басылым. Ақпарат өзекті, әрі кәсіби салаға қатысты толық берілуі тиіс»* (Elfenbein J., 1969).

Элфенбейн өз еңбектерінде «Уолл-стрит джорнэл» газетін «Форчун», «Форбс» сияқты іскерлік басылымдар қатарына қосудан бас тартады. Оның пікірінше, іскерлік басылым – бұл кәсіби немесе тар шеңберлі мамандандырылған баспасөз, яғни белгілі бір салаға қатысты қажетті ақпаратты сарапшыларға жеткізетін отандық журналистиканың бір тармағы.

Америкалық зерттеушілер медиа жүйесін ғылыми тұрғыдан екіге бөледі: «тұтынушылық» (consumer) – кең аудиторияға арналған және «іскерлік» (business, b2b – business-to-business) – белгілі бір салаға бағытталған басылымдар (Ibid. P.1b. 150, 2023). Мәселен, америкалық ғалымдар «Форчун», «Форбс» және «Бизнес уик» журналдарын «тұтынушылық» басылымдарға жатқызады.

Зерттеулер нәтижесінде іскерлік журналдардың ең қолайлы анықтамасын Р.Бэрд пен А.Тэрнбэлл ұсынғаны байқалады. Олар іскерлік басылымдардың негізгі мына түрлерге жіктейді: өндірістік немесе техникалық; мекемелік; кәсіби; «жалпы іскерлік».

А.Греко да балама жіктеу ұсынады. Оның пікірінше, іскерлік журналдар мынадай түрлерге бөлінеді: саудалық; нақты іскерлік; кәсіби; ғылыми; корпоративтік (Greco A., 1988).

Осы анықтамаларда көрсетілген сипаттамалардың кейбірін Н.А.Померанцева өзінің «Эволюция профессиональных стандартов деловой

пресс» атты еңбегінде іскерлік журналистиканың ерекшеліктері ретінде қарастырады (Померанцева Н.А., 2015). Атап айтқанда, кәсібилік, мамандандырылған бағыттылық, қамту аясы, визуалды безендіру, айдарлар мен бөлімдердің құрылымы, қолданылатын тіл мен мерзімділік. Бұл ерекшеліктер оқырманға іскерлік басылымды басқа масс-медиа түрлерінен ажыратуға мүмкіндік береді. В.Н.Тищенко еңбектерінде визуалды безендірудің қазіргі ақпараттық кеңістіктегі бәсекеге қабілеттілікті арттырудағы маңызы атап өтіледі (Тищенко В.Н., 2016).

Сондай-ақ, Померанцева айтқан қамту мен мерзімділік мәселелері қазақстандық ғалымдардың «Social Component of Journalism and Information Technology in Kazakhstan» еңбегінде де жалғасын тапқан (A.Zh.Sauyrbayeva, B.Zh. Omarov, Zh.S.Kulibekova, K.Rakhmet, 2020).

Іскерлік журналистикаға қатысты зерттеушілердің көзқарастары түрліше болғанымен, олардың ортақ мақсаты – бұл саладағы БАҚ-тың қоғамдағы рөлін анықтау және оның типологиясын айқындау. Алайда, жіктеулерден бөлек, іскерлік журналистиканың әлеуметтік маңызын атап өту қажет. Іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаты – тұтынушыға сапалы, тиімді және шынайы ақпарат ұсыну арқылы қоғамның әрбір мүшесінің экономикалық әлеуетін арттыруға ықпал етуінде.

Зерттеулерді қорытындылай келе, «іскерлік журналистикаға» қатысты анықтамалардың әртүрлі болуы бұл бағыттың әлеуметтік қырынан жеткілікті деңгейде қарастырылмағанын немесе арнайы терең зерттеулердің аз жүргізілгенін көрсетеді. Мәселен, В.А.Сергачевтің пікірінше, «іскерлік баспасөз – статистикалық, жарнамалық-ақпараттық, құқықтық және басқа да материалдар арқылы кәсіпорынның ақпараттық қажеттілігін қамтамасыз ететін БАҚ түрі» (Сергачев). Сондай ақ, зерттеуші ғалымдар В.Гуревич, Л.Рогожина «іскерлік басылым және іскерлік адамдарға арналған басылым» деген тұжырымға келген.

Іскерлік журналистика ұғымы мен тақырыптық ауқымы

Жаһандық деңгейде іскерлік журналистика билік пен бизнес саласы өкілдеріне өзекті мәселелерді бұқаралық ақпарат құралдары арқылы талқылауға мүмкіндік беретін, сондай-ақ қаржы және бизнеске қатысты ақпараттарды жинақтап, сараптап, ұсынатын кәсіби қызмет түрі болып табылады (Санаев А.А., 2005). Автордың пікірін-

ше, іскерлік басылымдар бизнес жаңалықтарын жариялап қана қоймай, ірі нарықтық келісімдер, бірігу мен жұтылу үдерістері, бизнес әлеміндегі негізгі ойыншылардың әрекеттері және мемлекеттік органдармен өзара байланыстар туралы ақпарат таратады (Афанасьева А., Блинова М., Борисьяк Д. және т.б.; жауапты редактор А.В.Вырковский, 2012). Дегенмен, бұл анықтама іскерлік журналистиканы тек кәсіпкерлік пен қаржы саласымен шектемейді. Қазіргі іскерлік басылымдарда қоғамдық, саяси, әлеуметтік және мәдени тақырыптарға арналған айдарлар мен арнайы беттер де кездеседі. Бұл бөлімдерде білім беру, денсаулық сақтау, экология, спорт және өзге де мәселелер талқыланады. Іскерлік журналистиканың басты ерекшелігі — экономикадан тыс тақырыптарды да экономикалық қырынан қарастыруында. Аталған бағытқа нақты ғылыми анықтама берілмегенін «Іскерлік журналистика» оқулығының авторлары да атап өтеді. Мысал ретінде АҚШ-тың шығыс жағалауына жақындап келе жатқан дауыл жайлы хабарды қарастыруға болады: егер ол тек ауа райы дерегі болса, онда бұл ақпарат іскерлік журналистикаға жатпайды; алайда, егер дауыл Мексика шығанағындағы мұнай платформаларына зиян тигізіп, мұнай өндірісінің төмендеуіне және нарықтағы бағаның өсуіне әкелсе, онда ол іскерлік ақпарат болып есептеледі (Грабельников А., 2001).

А.Грабельников іскерлік журналистиканы кәсіпкерлердің ақпараттық қажеттіліктерін қамтамасыз ететін, нарықтық экономиканың қағидаларын насихаттайтын, құқықтық және нормативтік ақпараттарды ұсынатын, отандық бизнес өкілдерінің беделін қалыптастыратын және оқырманды бизнес әлемінен хабардар ететін ақпараттық инфрақұрылым ретінде сипаттайды (Жакипова А., 2004).

Жоғарыда келтірілген тұжырымдарды жинақтай отырып, іскерлік журналистиканың келесі анықтамасын ұсынуға болады: Іскерлік журналистика — дәстүрлі және интернет-БАҚ арқылы кәсіпкерлерге, бизнесмендерге, сондай-ақ бизнеске жаңа қадам жасаушыларға арналған сапалы журналистиканың бір бағыты.

Іскерлік журналистиканың тақырыптық ерекшеліктері

Қазіргі іскерлік басылымдардың мазмұны кең әрі көпсалалы болып келеді. Негізгі бағыттарын төмендегідей топтастыруға болады:

- жылжымайтын мүлік, сатулар мен мәмілелер, соның ішінде жаңа құрылыс жобалары;

- банк ісі және қаржы: қарыз беру саясаты, пайыздық мөлшерлемелер, жаңа банктерді құру және дамыту;

- денсаулық сақтау: ауруханалар, емханалар, дәріханалар, медициналық құрал-жабдықтар, дәрі-дәрмек өндірісі, медициналық сақтандыру жүйесі;

- бөлшек сауда: әмбебап дүкендер, сән индустриясы, тұрмыстық техника және жиһаз, тұтынушылық шығындарға әсер ететін құрылымдар;

- технологиялар: ауыл шаруашылығы, бөлшек сауда, жылжымайтын мүлік, қонақ үй бизнесі мен туризм салаларындағы жаңалықтар;

- еңбек нарығы: жұмыс орындарының саны, жалақы деңгейі, жаңа жұмыс орындарының пайда болуы мен еңбек нарығындағы өзгерістер;

- қонақ үй ісі және туризм: инфрақұрылымның кеңеюі және жаңа жобалар;

- кәсіпкерліктің құқықтық және экономикалық аспектілері: банкроттық, бизнесті кеңейту, франчайзинг, лицензиялау, жұмыс күшінің тапшылығы немесе артық болуы;

- ауыл шаруашылығы, спорт және БАҚ-тағы жарнама нарығы.

Іскерлік журналистика бағыттары мен мамандануы

Іскерлік журналистика мәселелерін зерттеген отандық ғалымдар қатарында М.Б. Шиндалиева (2020), Қ. Шамақай (2006), Ә.Қ. Әбдіразақова мен Г.С. Оралова (2013), сондай-ақ Д.Оразымбет (2017) еңбектері айрықша орын алады. Сонымен бірге, іскерлік журналистиканың типологиясын жүйелеуге үлес қосқан Е.И.Мордовская (1998) және жаңа көзқарас ұсынған В.Н. Тищенконың (2014) еңбектері де ерекше маңызға ие.

Жалпы алғанда, іскерлік журналистика бизнес пен экономиканың әртүрлі қырларын камтитын кең ауқымды тақырыптарды зерттеу нысанына айналдырады. Негізгі бағыттарын төмендегідей жүйелеуге болады:

1. Қаржы және инвестициялар. Бұл бағыт қаржы нарықтарындағы жаңалықтар мен трендтерді, инвестициялық мүмкіндіктерді, жеке қаржыны басқару мәселелерін, салық салу және инвестицияларды жоспарлау тәжірибесін қамтиды.

2. Корпоративтік жаңалықтар. Ірі компаниялардың қызметі мен даму келешегіне қатысты жаңалықтар мен оқиғаларды талдайды, олардың нарықтағы орнын сипаттайды.

3. Кәсіпкерлік және стартаптар. Жаңа бизнес-идеялар, инновациялар, табысты кәсіпкерлер тәжірибесі талданады. Сонымен қатар,

стартап бастауға ниеттілер үшін кеңестер мен ресурстар ұсынылады.

4. Халықаралық экономика. Экономикалық үдерістер мен трендтер халықаралық деңгейде қарастырылады.

5. Технология және инновациялар. Жаңа өнімдер мен қызметтер, технологиялық стартаптар, ғылыми зерттеулер мен әзірлемелер, жасанды интеллект, блокчейн, заттар интернеті сынды трендтер туралы материалдар жарияланады.

6. Жылжымайтын мүлік нарығы. Құрылыс, заңнамадағы өзгерістер, инвестициялар және нарықтық жағдайлар талданады.

7. Энергетика және экология. Энергетикалық саясаттағы өзгерістер, энергия үнемдеу, экологиялық мәселелер қарастырылады.

Аталған бағыттар іскерлік журналистиканың негізгі салаларын құрайды. Дегенмен қазіргі медиа кеңістікте іскерлік журналистер денсаулық сақтау, туризм, сән индустриясы, спорт сияқты тар ауқымды тақырыптарға да мамандануда.

Мамандану іскерлік журналистерге салалық ақпаратты тереңірек әрі кәсіби тұрғыда ұсынуға мүмкіндік береді. Мәселен, денсаулық сақтау саласына маманданған журналистер соңғы медициналық зерттеулер, заңнамалық өзгерістер, міндетті медициналық сақтандыру қорының қызметі немесе жаңа емдеу әдістері туралы жан-жақты ақпарат береді. Туризмге маманданған журналистер жаңа бағыттар, қонақ үйлер мен туристік қызметтер туралы шолулар жасап, саяхат жоспарлауға қатысты пайдалы кеңестер ұсынады.

Мамандандырылған іскерлік журналистердің репортаждары, сараптамалық мақалалары мен сұхбаттары тек кең аудиторияға ғана емес, сондай-ақ нақты салалардағы мамандарға да маңызды ақпараттық ресурс болып табылады. Олар газеттер, журналдар, онлайн-басылымдар мен телеарналарда қызмет ете отырып, қоғамның ақпараттық қажеттілігін қамтамасыз етеді.

Қорытынды

Іскерлік журналистиканың әрбір бағытын кең әрі жүйелі тұрғыда зерделеу нақты тарихи кезеңдердегі әлеуметтік-экономикалық процестер мен оқиғаларға тығыз байланысты. Мұндай зерттеулер белгілі бір уақыт аралығындағы негізгі тенденцияларды талдауды, жетістіктер мен

проблемаларды айқындауды, сондай-ақ болашақ дамуға қатысты ғылыми болжамдар жасауды талап етеді.

Жүргізілген талдау іскерлік журналистиканың қазіргі цифрлық ортада даму қарқынының баяулығын көрсетеді. Бұл жағдай бірқатар өзекті мәселелерді айқындауға мүмкіндік береді:

- аудитория сұранысына жауап беретін сапалы контент ұсына алатын кәсіби кадрлардың жеткіліксіздігі;

- жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламалары мен практикалық тәжірибенің үйлесімсіздігі;

- цифрлық сауаттылық деңгейінің төмендігі;

- халықаралық тәжірибелерді жеткіліксіз қолдану.

Бұл мәселелерді шешу үшін ЖОО-дағы білім беру модульдерін кәсіби практиктердің қатысуымен жетілдіру, жаңа оқулықтар мен әдістемелік құралдар әзірлеу, цифрлық сауаттылыққа басымдық беру, халықаралық деңгейде тренингтер мен семинарлар ұйымдастыру ұсынылады. Мұның барлығы іскерлік журналистикада салалық тұрғыдан маманданған кәсіби журналистерді даярлауға мүмкіндік береді. Қазіргі кезеңде әмбебап журналистердің экономика, қаржы, бизнес, салық және нарықтық үрдістер туралы білімі жеткіліксіз екендігі анықталды. Теориялық және практикалық негіздердің жүйеленуі мен білім беру және тәжірибе арасындағы байланыстың нығаюы бұл саладағы сапалы контенттің пайда болуына және отандық медиа кеңістікте ақпаратқа деген сенімділіктің артуына ықпал етпек.

1. Іскерлік журналистиканың дамуындағы негізгі кедергі – кәсіби кадрлар даярлаудағы теория мен тәжірибе арасындағы алшақтық.

2. Цифрлық сауаттылықты арттыру және халықаралық тәжірибені енгізу – саланың дамуына қажетті шарт.

3. Салалық маманданған журналистерді даярлау іскерлік журналистиканың сапалы деңгейге көтерілуіне ықпал етеді.

4. Теориялық негіздерді жүйелеу мен білім беру мазмұнын жаңарту арқылы іскерлік журналистикадағы контент сапасы жақсарып, аудитория сенімі артады.

5. Ғалымдар ұсынған жіктемелерді біріктіру негізінде жаңа, бірегей ғылыми жүйе қалыптастыруға мүмкіндік бар.

Әдебиеттер

- Афанасьева, А., Блинова, М., Борисьяк, Д. (2012) *Деловая журналистика*/ отв. ред. А. В. Вырковский. – МедиаМир, Москва. – С.728.
- Әбдіразақова, А. Қ., & Оралова, Г. С. (2013). Сыр өңіріндегі салалық басылымдар: тарихы мен тәжірибесі. *ҚҰҰ Хабаршысы. Журналистика сериясы*, Т. 34, № 2, 136–142бб.
- Baird, R.N. (1971) *Turnbull. Industrial and business journalism*. NY. – P. 5.
- Барманқұлов, М. (2007) *Телевизия: бизнес әлдебиеті?* – Алматы: Қазақ университеті. – Б.216.
- Бочаров, А., Шостак М., Калашникова Л. (1996) *Журнальная периодика России*. – С. 36.
- Еременко, А. В. (2006) *Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий: автореф. дис. ... канд. филол. наук*. – Ростов-на-Дону.
- Elfenbein, J. (1969) *Business journalism*. – NY. – P. 14.
- Fink, C. (2000) *Bottomlinewriting*. – DesMoines. – P. 9.
- Forsyth, D. (1964) *The business press in America*. – Philadelphia – P. VII.
- Grafström, M. (2006) *The Development of Swedish Business Journalism: Historical Roots of an Organisational Field*. – Uppsala University.
- Грабелъников, А. (2001) *Русская журналистика на рубеже тысячелетий*. – М: РИП-холдинг. –336 с.
- Gresco, A. (1988) *Business journalism management notes and cases*. – NY. – P. 9.
- Жакипова, А. (2004) *Экономикалық және іскерлік журналистика* (ағылшынша ауд.). – Вашингтон: Журналистерге арналған Халықаралық Орталық.
- Жумажанова, С. (2022) *Шетелдік іскерлік журналистиканың қалыптасу, даму бағыттары*. Академик. Международный научный журнал, №4 // <https://journal-academic.com/nashi-avtory/post/sheteldik-iskerlik-zhurnalistikany%D2%A3-k%CB%8Calyptasu-damu-bagytтары>
- Конрад, С. Ф. (2017) *Экономическая журналистика: основы и практика*. – М.
- Мисонжников, Б. Я. (2015) *Основы деловой журналистики*. – СПб.
- Мордовская, Е. И. (1998) *Деловое издание в системе периодической печати: дис. ... канд. филол. наук*. – М.
- Мурзин, Д. А. (2012) *Современные проблемы журналистики*. – М.
- Нечаев, Д. Н. (2010) Ретрансляция векторных технологий через средства массовой информации: Российский и зарубежный опыт. – М. №24 (95). Выпуск 8, – 234-243стр.
- Нургожина, Ш.И. (2006) *Деловая журналистика Казахстана: оқу құралы*. – Алматы: Қазақ университеті, – 222 с.
- Оразымбет, Д. (2017) *Іскерлік журналистиканың әлеуметтік сипаты*. Хабаршы. Журналистика сериясы, №4 (46). – 93-97бб.
- Померанцева, Н. А. (2015) *Эволюция профессиональных стандартов деловой прессы*. Вопросы теории и практики журналистики, Т. 4, № 4. – 441-447стр.
- Sauyrbayeva, A. Zh., Omarov B. Zh., Kulibekova Zh. S., Rakhmet K. (2020) *Business journalism in the context of media convergence: regional case study*. *Journal of Media and Communication Research*, vol. 13, no. 2, pp. 45–59.
- Сергачев В.А. (2000) *Деловая пресса региона: состояние и перспективы развития: дис. ... канд. филол. наук*. – СПб.
- Тепляшина, А. Н. (2014) *Журналистика: Введение в профессию*. – М. – С.272.
- Тищенко В. Н. (2014) *Деловая журналистика: типология и видовые признаки*. Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология.
- Тищенко В. Н. (2016) *История становления деловой прессы Великобритании и США*. Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 137-145стр.
- Тулупов В. В. *Деловые печатные издания России: становление, специфика, тенденции развития*. Воронеж, 2006. – 224 с. (в соавторстве).
- Шамақай Қ. (2006) *Демократиялық қоғамдағы баспасөз және ақпарат құралдары*. – Астана. –Б.309.
- Шкондин М.В. (2003) *Газетно-журнальная типология в условиях становления коммуникативной системы информационного общества*. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, №2.
- Іскерлік журналистика (2019) *Көмекші оқу құралы*. – Алматы: «Мінбер журналистерді қорғау орталығы».
- Электронды ресурстары:**
- Гуревич В. (1999) *Делать сугубо деловое издание сегодня очень рискованно*. –URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-pressa/1-gurevish.html> М.: Дело., С. 19.
- Рогожина Л. Д. (2004) *Региональные деловые издания: проблематика определения и классификации*. –URL: http://www.acis.vis.ru/9/1_8/rogogina.htm Рогожина Л. Д. Региональные деловые издания: проблематика определения и классификации. Самара.
- Санаев А. А. (2005, 9 декабрь). *Деловые СМИ: между бизнесом и пиаром*. –URL: http://www.elitarium.ru/2005/12/09/delovye_smi_mezhdu_biznesom_i_piaron.html

References

- Afanasyeva, A., Blinova, M., & Borisyak, D. (2012). *Delovaya zhurnalistika* (A. V. Vyrkovsky, Ed.). [Business journalism] Moscow: MediaMir. 728 p.
- Abdirazakova, A. K., & Oralova, G. S. (2013). *Syr onirindegi salalyk basylymdar: tarihy men tazhyribes* [Sectoral Publications of the Syr Region: History and Practice]. *Vestnik KazNU. Seriya zhurnalistiki*, 34(2). pp. 136–142.
- Baird, R. N. (1971). *Turnbull: Industrial and business journalism* (p. 5). New York, NY.
- Barmankulov, M. (2007). *Televiziya: biznes al de bilik?* [Television: Business or Power?]. Almaty: Kazakh University. 216 p.
- Bocharov, A., Shostak, M., & Kalashnikova, L. (1996). *Zhurnalnaya periodika Rossii* (p. 36).
- Eremenko, A. V. (2006). *Delovaya pressa v Rossii: istoriya, tipologiya, modelirovanie izdaniy* (Author's abstract of Cand. Philol. Sci. dissertation). Rostov-on-Don, Russia.
- Elfenbein, J. (1969). *Business journalism* (p. 14). New York, NY.
- Fink, C. (2000). *Bottom line writing* (p. 9). Des Moines, IA. 120 p.
- Forsyth, D. (1964). *The business press in America* (p. VII). Philadelphia, PA.
- Grafström, M. (2006). *The development of Swedish business journalism: Historical roots of an organisational field*. Uppsala University.
- Grabelnikov, A. (2001). *Russkaya zhurnalistika na rubezhe tysyacheletiy* [Russian journalism at the turn of the millennium]. Moscow: RIP-Holding. 336 p.
- Greco, A. (1988). *Business journalism: Management notes and cases* (p. 9). New York, NY.
- Zhakupova, A. (2004). *Ekonomikalyk zhane iskerlik zhurnalistika* [Economic and Business Journalism]. Washington, DC: International Center for Journalists.
- Zhumazhanova, S. (2022). *Sheteldik iskerlik zhurnalistikanin kaliptasu, damu bagyttary* [Formation and Development Trends of Foreign Business Journalism]. *Akademik: Mezhdunarodny nauchny zhurnal*, (4) // <https://journal-academic.com/nashi-avtory/post/sheteldik-iskerlik-zhurnalistikany%D2%A3-k%CB%8Calyptasu-damu-bagyttary>
- Konrad, S. F. (2017). *Ekonomicheskaya zhurnalistika: osnovy i praktika* [Economic Journalism: Fundamentals and Practice]. Moscow, Russia.
- Misonzhnikov, B. Ya. (2015). *Osnovy delovoy zhurnalistiki* [Fundamentals of Business Journalism]. Saint Petersburg, Russia.
- Mordovskaya, E. I. (1998). *Delovoe izdanie v sisteme periodicheskoy pechati* [Business Publication in the System of Periodical Press] (Cand. Philol. Sci. dissertation). Moscow, Russia.
- Murzin, D. A. (2012). *Sovremennye problemy zhurnalistiki* [Modern Problems of Journalism]. Moscow, Russia.
- Nechaev, D. N. (2010). *Retranslyatsiya vektornykh tekhnologiy cherez sredstva massovoy informatsii: Rossiyskiy i zarubezhnyy opyt* [Retransmission of vector technologies through mass media: Russian and foreign experience]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 24: Zhurnalistika*, (8), 234–243.
- Nurgozhina, Sh. I. (2006). *Delovaya zhurnalistika Kazakhstana: oku kuraly* [Business journalism of Kazakhstan: textbook]. Almaty: Kazakh universiteti, 222 p.
- Orazymbet, D. (2017). *Iskerlik zhurnalistikanin aleumettik sipaty* [The social nature of business journalism]. *Khabarshy. Journalism Series*, 4(46), 93–97.
- Pomerantseva, N. A. (2015). *Evolutsiya professionalnykh standartov delovoy pressy* [Evolution of professional standards of business press]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 4(4), 441–447.
- Sauyrbaeva, A. Zh., Omarov, B. Zh., Kulibekova, Zh. S., & Rakhmet, K. (2020). *Business journalism in the context of media convergence: Regional case study*. *Journal of Media and Communication Research*, 13(2), 45–59.
- Sergachev, V. A. (2000). *Delovaya pressa regiona: sostoyanie i perspektivy razvitiya* [Regional Business Press: State and Prospects of Development] (Cand. Philol. Sci. dissertation). Saint Petersburg, Russia.
- Teplyashina, A. N. (2014). *Zhurnalistika: Vvedenie v professiyu* [Journalism: Introduction to the Profession]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki, 272 p.
- Tishchenko, V. N. (2014). *Delovaya zhurnalistika: tipologiya i vidovye priznaki* [Business journalism: typology and species features]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kulturologiya*, (4), pp. – [pages not specified].
- Tishchenko, V. N. (2016). *Istoriya stanovleniya delovoy pressy Velikobritanii i SSHA* [History of the formation of business press in the UK and the USA]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kulturologiya*, (8), 137–145.
- Tulupov, V. V. (2006). *Delovye pechatnye izdaniya Rossii: stanovlenie, spetsifika, tendentsii razvitiya* [Business print media of Russia: formation, specifics and development trends]. Voronezh: Voronezh State University, 224 p. (Co-authored).
- Shamakai, K. (2006). *Demokratiyalik kogamdagy baspasoz zhane akparat kuraldary* [Press and information media in a democratic society]. Astana: [Publisher not specified], 309 p.
- Shkondin, M. V. (2003). *Gazetno-zhurnalnaya tipologiya v usloviyakh stanovleniya kommunikativnoy sistemy informatsionnogo obshchestva* [Newspaper and Magazine Typology in the Formation of the Communicative System of the Information Society]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, (2).
- Iskerlik zhurnalistika* [Business Journalism]. (2019). *Komekshi oku kuraly* [Supplementary Textbook]. Almaty: Minber Journalists Protection Center.

Elektrondy resurstary:

Gurevich, V. (1999). *Delat' sugubo delovoe izdanie segodnya ochen' riskovanno* [Publishing a purely business edition today is very risky]. Moscow: Delo, p. 19. Retrieved from <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-pressa/1-gurevish.html>

Rogozhina, L. D. (2004). *Regional'nye delovye izdaniya: problematika opredeleniya i klassifikatsii* [Regional business publications: problems of definition and classification]. Samara. Retrieved from http://www.acis.vis.ru/9/1_8/rogogina http://www.acis.vis.ru/9/1_8/rogogina.htm

Sanaev, A. A. (2005, December 9). *Delovye SMI: mezhdubiznesom i piarom* [Business Media: Between Business and PR]. Retrieved from http://www.elitarium.ru/2005/12/09/delovye_smi_mezhdubiznesom_i_piaro http://www.elitarium.ru/2005/12/09/delovye_smi_mezhdubiznesom_i_piarom.html

Авторлар туралы мәлімет:

Рахмет Құлайхан – Л.Н. Гумилев атындағы Евразия ұлттық университеті, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, баспасөз және баспа ісі кафедрасының докторанты (Астана, Қазақстан, e-mail: kulaykhan@mail.ru);

Саурбаева Ашекей Жумагуловна – Л.Н. Гумилев атындағы Евразия ұлттық университеті, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының доцент м. а., доктор PhD (Астана, Қазақстан, e-mail: ashekei.sauyrbaeva@mail.ru).

Information about authors:

Rakhmet Kulaykhan – Doctoral Student, Department of Press and Publishing, Faculty of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: kulaykhan@mail.ru);

Saurbayeva Ashekey Zhumagulovna – Acting Associate Professor, Department of Television, Radio and Public Relations, Faculty of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University, PhD (Astana, Kazakhstan, e-mail: ashekei.sauyrbaeva@mail.ru).

Сведения об авторах:

Рахмет Құлайхан – докторант кафедры печати и издательского дела, факультет журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева (Астана, Казахстан, e-mail: kulaykhan@mail.ru);

Саурбаева Ашекей Жумагуловна – и. о. доцента кафедры телерадио и связей с общественностью, факультет журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, доктор PhD (Астана, Казахстан, e-mail: ashekei.sauyrbaeva@mail.ru).

Келін түсті: 25 шілде 2025 жыл

Қабылданды: 2 қазан 2025 жыл