

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



**«Қазіргі кезеңдегі азаматтық жоғары оқу орындағы әскери дайындық:
тарихы, тенденциялары және даму болашағы»
атты II халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

**II Международной научно-практической конференции
«Военная подготовка в гражданских вузах на современном этапе:
история, тенденции и перспективы развития»**

PROCEEDINGS

**of the II International Scientific and Practical Conference
«Military training in civilian universities at the modern stage:
history, trends and prospects of development»**

**26 сәуір 2023 жыл
Астана**

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

«Қазіргі кезеңдегі азаматтық жоғары оқу орындағы әскери дайындық: тарихы, тенденциялары және даму болашағы» атты II халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

II Международной научно-практической конференции

«Военная подготовка в гражданских вузах на современном этапе: история, тенденции и перспективы развития»

PROCEEDINGS

of the II International Scientific and Practical Conference

«Military training in civilian universities at the modern stage: history, trends and prospects of development»

23 сәуір 2023, Астана

ӘОЖ 355:37.035.7

КБЖ 68.43я431

В 63

Қазақстан Республикасы Ғылым және білім министрлігі
Л.Н. Гумилев атындағы ұлттық университеті
Әскери кафедра баспанаға ұсынған

Ұйымдастыру комитетінің құрамы:

Ж.Д. Құрманғалиева, А.Б. Закирова, Е.Л. Уразов, А.В. Астанкевич, Н.Т. Мамбетов,
С.Х. Канапьянов, Б.Р. Кожаметов, М.А. Когабаев

«Қазіргі кезеңдегі азаматтық жоғары оқу орындағы әскери дайындық: тарихы, тенденциялары және даму болашағы» атты ІІ Халықаралық ғылыми-практикалық конференциясы = «Военная подготовка в гражданских вузах на современном этапе: история, тенденции и перспективы развития»: ІІ Международная научно-практическая конференция = «Military training in civilian universities at the modern stage: history, trends and prospects of development»: The ІІ International Scientific and Practical Conference – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2023. – 164 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-337-850-3

Жинаққа конференцияға қатысушылардың азаматтық жоғары оқу орындарындағы әскери дайындық теориясы мен практикасының өзекті мәселелері бойынша баяндамалары кірді.

The proceedings include the reports of the conference participants on topical issues of the theory and practice of military training in civilian universities.

В сборник вошли доклады участников конференции по актуальным вопросам теории и практики военной подготовки в гражданских вузах.

ISBN 978-601-337-850-3

ӘОЖ 355:37.035.7

КБЖ 68.43я431

©Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2023

С.Х. Канапьянов,
доктор (PhD), профессор
ЕНУ, г. Астана,
serikkan.11.66@gmail.com

Б.Б. Темиржанов,
преподаватель военной кафедры
ЕНУ, г. Астана,
Tbbhan@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ВОЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности работы военных журналистов и военных средств массовой информации в разных государствах. Особое внимание уделяется вопросам развития военной прессы в структурных подразделениях Вооруженных Сил, взаимоотношений с гражданскими СМИ, а также влияния военной печати на массовое сознание военнослужащих.

Ключевые слова: военная журналистика, военная пресса, военкор, газеты, журналы, СМИ, журналист, корреспондент.

В настоящее время специальность «Военная журналистика» в Вооруженных Силах Республики Казахстан стало остродефицитной. В этой связи открытие на военной кафедре НАО «Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева» вышеуказанной специальности, в текущем учебном году, является актуальным вопросом.

Какой опыт имеет военная журналистика в иностранных государствах? Какие военные периодические издания существуют в разных странах? Ответить на эти мы постараемся в данной статье.

Сегодня в Вооруженных Силах Китая существует Центральная военная газета «Цзефанцзюнь бао», которая считается ведущей газетой не только в армии, но и основным выразителем политики коммунистической партии Китая. У газеты высокий тираж – 800 тысяч экземпляров. Газета настолько популярна, что ее концепцию и политику строят в верных эшелонах власти страны, так как она формирует общественное мнение в различных слоях населения Китая. Издание уделяет огромное внимание патриотическому воспитанию молодежи и повышению имиджа Вооруженных Сил.

В свое время редакцию газеты «Цзефанцзюнь бао» официально посетил первый руководитель страны Ху Цзиньтао. Данный факт говорит о высокой роли и значимости издания не только в армии, но и обществе в целом. В ходе встречи с военными журналистами, служащими газеты он отметил высокие достижения газеты «Цзефанцзюнь бао», рассказал о тех надеждах, которые возлагает Правительство страны на военное печатное издание и поставил следующие задачи перед творческим коллективом; пропагандировать лучшие традиции Вооруженных Сил Китая, на страницах газеты показывать передовой опыт в воспитании и обучении военнослужащих, освящать боевую и мобилизационную подготовку войск, поднимать актуальные вопросы жизнедеятельности армии и флота, знакомить читателей с новыми образцами вооружения и техники, а также достижениями оборонной промышленности и тем самым внести свой посильный вклад в повышение боеготовности и обороноспособности Вооруженных Сил Китая.

В соединениях и частях китайской армии существуют свои печатные органы по типу российских «многотиражек». Основной их задачей является информационное обеспечение военнослужащих и членов их семей актуальной информацией о жизнедеятельности конкретного военного округа, вида и рода войск, в котором они проходят службу.

Одной из главных особенностей деятельности военных средств массовой информации Китая является руководящая и направляющая роль коммунистической партии страны.

Военная журналистика в европейских странах имеет совершенно другую форму. На западе нет больших газет и журналов. Военное руководство европейских государств считают, что военные издания не нужны. Информационным обеспечением армии и общества в полном объеме могут справиться гражданские СМИ, которые при необходимости будут писать на тему Вооруженных Сил на страницах своих изданий. Между тем финансовые расходы, затрачиваемые на выход в свет необходимых статей на армейскую проблематику в гражданских периодических изданиях, в последнее время выросли в несколько раз. Сумма денежных средств заставляет задуматься о возможности иметь и содержать свои военные издания. Кроме того, здесь есть и другая сторона медали. Командование и военнослужащих порой не всегда устраивает контекст публикаций о событиях, происходящих в армии. Гражданские журналисты в виду слабой компетенции, а иногда и отрицательного отношения к армии, в своих статьях допускают явное искажение фактов, делают грубые ошибки, нарушают субординацию и морально-этические нормы. В таких условиях своевременная публикация материала в СМИ становится проблематичной, так как командование не может дать указание редакторам гражданских газет и журналов. По этой причине актуальная и оперативная информация на военную тему устаревают и становятся не интересной.

Автор Д.В. Козлов в своей научной работе отмечает, что американская армия имеет свои военные СМИ, имеющие условное название «издательское царство Пентагона» за огромную сферу распространения в странах, где дислоцируются военные базы США.

«Электронные СМИ и вся военная печатная продукция армии США предназначена для проведения воспитательной и идеологической работы среди личного состава частей и подразделений американской армии. Другой задачей военной прессы является политическая агитация и пропаганда в государстве. И одной из важных целей военных СМИ считается ведение психологического противоборства против иностранных государств.

Министерство обороны США выпускает свыше двухсот ежедневных и еженедельных газет и трехсот журналов. Такие данные приводит бюллетень «Armed forces journal».

Военную прессу руководство классифицирует по следующим направлениям:

1) центральная пресса министерства обороны (Пентагона), основных видов вооруженных сил армии США, а также других руководящих структур вооруженных сил Америки;

2) региональная пресса (это военные издания регулярных частей армии США, вузовская периодика, газеты и журналы отдаленных гарнизонов и военных баз, которые территориально находятся в стране);

3) вневедомственные военные СМИ, выпускаемые союзами ветеранов и другими общественными и научно-исследовательскими институтами разных видов вооруженных сил армии США. Все они сотрудничают с Пентагоном, хотя и считают себя независимыми военными изданиями.

Классификация, которую мы привели, это, конечно, деление условное. Военное ведомство США очень часто финансирует независимые издания в целях проведения в жизнь своей дальновидной политики в области обороны и безопасности. Механизм финансирования бывает разным. Где-то они организуют малоприбыльные фирмы, комплектуют их отобранным гражданским персоналом и издают независимые газеты и журналы, которые выражают выверенную точку зрения специалистов Пентагона. Однако, это мнение они выдают как за свои независимые убеждения, таким образом, маскируя официальные политические взгляды военного ведомства. Издания, публикующие такие материалы, как правило, на обложках пишут, что редакция газеты не разделяет точку зрения авторов и отводят от себя недовольство и подозрения искушенного читателя.

Бюллетень «Armed forces journal» считается официальным изданием военного ведомства. Тираж журнала менее пятидесяти тысяч экземпляров. Выходит, один раз в месяц. Страницы журнала хорошо иллюстрированы. Большая часть материалов, публикуемых в

издании — это руководящие документы и инструкции – директивы и распоряжения министерства обороны США, приказы по кадровым вопросам, новости из театра военных действий, сообщения о передовых достижениях в области вооружения и военной техники. Вместе с тем, на страницах журнала постоянно появляются серьезные публикации на военно-политическую тематику, а также аналитические статьи, посвященные геополитическим вопросам в мире.

Военные издания видов вооруженных сил имеют специальную классификацию: ежемесячный журнал «Army» считается общевоинским, военно-теоретическим и политическим изданием; военный журнал «Infantry Journal», предназначен для пехотных подразделений, а «Armor Magazine» для бронетанковых войск; журнал «Ordnance», освещает основные вопросы вооружения и военной техники, а также новости военно-промышленного комплекса.

Военно-политический журнал «Soldiers Magazine Publication» военное командование Пентагона считает основным изданием. Целью издания считается воспитательное и идеологическое влияние на сознание военнослужащих подразделений. Главный штаб ВВС издает один раз в месяц журнал «Air Force», читателями которого является офицерский состав, а издание «Airman Magazine» рассчитан для солдат и младших командиров. Командование ВМФ выпускает журнал «Air Navy», который ориентирован для моряков, а читателями журнала «Marine Corps Gazette» являются в основном морские пехотинцы. Управление главного капеллана имеет свою печатную продукцию - ежемесячный военный журнал «Military Chaplain», переводится как «Военный священник». Данный журнал освещает актуальные вопросы верующих в армии США и проблемы контроля военно-религиозной деятельности с военнослужащими. Специализированный журнал «National Guardsman» выпускает в свет штаб национальной гвардии Соединенных Штатов Америки.

Центральной военной газетой в Америке давно принято считать «Stars and Stripes», переводится как «Звезды и полосы». Прошло несколько лет как военно-политическое командование США (Пентагон) приняло решение о целесообразности структурно ввести газету в штат военного ведомства. Издание ранее финансировалось за собственный счет. В структуре газеты имеются еще два издания: европейское, которое находится в г. Дармштадт, ФРГ и тихоокеанское, расположенное в г. Токио, Япония. И та, и другая газета предназначены для военнослужащих армии США, дислоцированных в театре современных военных конфликтов. Информационные источники красочно иллюстрированы, в них много рекламы и печатаются на 16, а иногда и на 24 полосах. По содержанию материалов, публикуемых в газете видно, что она является военно-политическим изданием. На страницах газеты много места отводится материалам, посвященным информационно-идеологической работе с личным составом армии США, вопросам оправдания политики военного руководства (Пентагона) в странах, где ведутся боевые действия и на воспитание военнослужащих в духе готовности защищать насущные интересы США в любой точке планеты [1].

«В Великобритании, - как отмечает автор Д.В. Козлов, - где Королевские вооруженные силы также комплектуются «контрактниками», ведущим печатным органом министерства обороны является журнал «Soldier» и имеет тираж 90 тысяч экземпляров. Распространяется он как среди военнослужащих, так и среди гражданского населения. Несмотря на то, что журнал считается официальным изданием военного ведомства, в нем публикуется немало материалов критического свойства, что привлекает подписчиков. Видимо, это можно отнести к позитивному примеру оптимального сочетания интересов военного ведомства и читательской аудитории» [2].

Польское военное руководство решила передать военные издания в компанию «Издательского дома «Bellona», которая издавала журналы и книги, посвященные военным вопросам, а также проблемам военно-патриотического воспитания молодежи, все военные печатные издания. Таким образом, польское командование предполагало военное печатное дело поставить на рыночные условия. Одним из больших и известных периодических изданий, которое выпускала в свет компания, являлась еженедельная газета военного

ведомства «Polska Zbrojna», тираж, которой был около пятидесяти тысяч экземпляров. Военное руководство 75 % тиража еженедельника приобретала у издателя и распространяла по польским Вооруженным Силам. Прошло время и в польском военном ведомстве принято другое решение.

Еженедельник «Polska Zbrojna» командование планирует вернуть в штат Министерства обороны, так как в настоящее время на приобретение издания тратятся огромные денежные средства из бюджета военного ведомства и нет возможности контроля над изданием. Поэтому данный эксперимент считается не удачным, а польское военное руководство вспоминает данный факт, как отрицательный пример.

Принято считать, что сложилась достаточно устойчивая тенденция в сфере военных СМИ, которая определяется в стремлении государственных органов к большему контролю над вопросом информирования военнослужащих. В разных странах уровень контроля не одинаков, так это зависит от национальных особенностей. И там, где уровень контроля не соответствует целям военной политики, командованию приходится действовать не стандартными путями в целях обеспечения необходимого ему воздействия на военнослужащих.

В 80-90 годы XX века советская армия и военно-морской флот имели целую систему военных СМИ. Этот мощный комплекс входили; ведущее военное издание страны «Красная Звезда», военные журналы, которые делались по тематике и видам, и родам войск, газеты всех военных округов, а также военная печать группы войск и всех четырех флотов. Далее систему военных СМИ продолжают армейские и корпусные газеты, 204 дивизионные (многотиражные) газеты и периодика, которую издавали военные учебные заведения. Задачами этого комплекса информационных изданий являлся своевременный и правдивый показ высоких успехов в боевой и политической подготовке войск, насущных проблемах советской армии и военно-морского флота, а также злободневные вопросы воспитания личного состава.

Две тысячи двести экземпляров составлял тираж самой большой газеты «Красная Звезда». Она являлась центральным органом печати Вооруженных Сил СССР. В штат редакции газеты входили следующие структурные подразделения; секретариат, отделы пропаганды, партийно-политической работы, комсомольской жизни, боевой подготовки по видам и родам войск, вузов и вневойсковой подготовки. Были творческие отделы - очерка и публицистики, литературы и искусства. Особое место занимали отделы науки и техники, космонавтики, культуры и быта, строительства. Совсем не простым был отдел критики, так как психологически человеку всегда тяжело слушать и читать о своих недостатках. Да и ответная реакция на критику всегда была неоднообразной. Также в штате были такие отделы как; библиографии и обзоров печати, информации, физической подготовки и спорта, писем и массовой работы, оформления, иностранный и отдел, который работал с огромным отрядом внештатных корреспондентов. Существовавшая многообразная специализация структурных подразделений редакции газеты предоставляла военным корреспондентам со знанием дела освещать на страницах газеты все ежедневные и перспективные вопросы воспитания различных категорий военнослужащих, что является важным системным подходом к деятельности СМИ.

Издательство «Красная Звезда» всегда была в числе полиграфических комплексов с высоким качеством. Она выпускала в свет следующие издания; журналы «Коммунист Вооруженных Сил», «Советское военное обозрение», «Тыл Вооруженных Сил», журналы видов и родов войск и некоторые штатские издания.

Комплекс военных СМИ военного ведомства России на сегодняшний день представлена телеканалом и радиостанцией «Звезда», телестудией Черноморского флота, ведущим военным изданием страны газетой «Красная Звезда», по 14 газет и журналов, учредителям которых является Министерство обороны России, в том числе военных округов и флотов. Приблизительно в пределах сотни «многотиражных» газет. Существуют

официальные сайты Министерства обороны, телеканала «Звезда» и газета Вооруженных Сил Российской Федерации «Красная Звезда».

Целесообразным подходом руководства советских Вооружённых Сил было увеличение тиража и периодичности военных изданий. Выход каждого номера военной газеты и журнала было под контролем от политического отдела соединения и до Главного политического управления Советской Армии и Военно-Морского флота. В настоящее время идет уменьшение этих важных элементов: тиражи и периодичность российской военной периодики. Так, газета Вооруженных Сил Российской Федерации «Красная Звезда» на сегодняшний день издается три раза в неделю (по понедельникам, средам, пятницам) тиражом около двадцати семи тысяч шестисот экземпляров. Газеты военных округов появляются в свет еженедельно тиражом около пяти тысяч экземпляров. Средний тираж «многотиражек» соединений и отдельных частей достигает около 100 экземпляров.

Газета «Красная Звезда» имеет свою электронную версию в Интернете. Электронный вариант газеты разделен по тематическим рубрикам, имеется обширный фотоархив, действует система поиска по всему изданию, действует обратная связь с читателями. (Рубрики- Геополитика, история Отечества, офицеры России, кадровая хроника, некролог, образование, консультации. Разделы – Армия сегодня, в мире, Вооружение и техника, юнармия, культура, спорт. Блоки – Главное, новости, сегодня в номере, о газете, архив, вакансии, табло дня).

Проведенный анализ научной литературы свидетельствует, что офицеров-журналистов в Вооруженных Силах России в конце 90-х годов XX века было меньше численности военнослужащих одного мотострелкового полка. Основным мотивом командования того времени, при реформировании военных СМИ, явилось желание как можно больше снизить расходы денежных средств в этой области.

Негативным фактором является снижение рейтинга военных СМИ. «Вообще “Звездочка” из одного из самых авторитетных изданий страны превратилась в узковедомственную газету. Когда-то ее политику определяли первые лица государства. Сегодня это делают в кабинетах Главного управления по работе с личным составом», - так недавно была охарактеризована ведущая военная газета страны «Красная Звезда» популярным изданием «Российская газета».

Работа военных журналов – это отдельное направление деятельности российских военных СМИ. Периодичность изданий остается, как и в прошлые времена – один раз в месяц, но изменился тираж около 5 тысяч экземпляров.

Как показывает практика, воспитательная роль «региональных» военных изданий слабая. Во многих случаях, такие газеты рассчитаны на читательскую аудиторию в нескольких населенных пунктах, где расположены военные городки. Например, военное издание «Уральские военные вести» (Центральный военный округ) читают в 29 субъектах России. Как представляется, это третья часть территории и населения государства, вместе с военнослужащими. Данный факт существенно снижает эффективность освящения современных воспитательных проблем военнослужащих.

Анализ практики показывает, что военные СМИ не в полном объеме справляются с поставленными перед ними воспитательными задачами по обеспечению социальной информацией военнослужащих российской армии. Существенную конкуренцию военным изданиям оказывает огромный поток информационных ресурсов, которые появились в последние десятилетия; интернет, независимые теле-радио каналы, коммерческие газеты и журналы, новые информационные агентства.

«Теория современной отечественной журналистики утверждает, - как отмечают авторы В.В. Ларченков и А.А. Фомичев, - что среди факторов, способствующих формированию оптимальной структуры системы СМИ, следует, прежде всего, учитывать следующие. Первый из них состоит в том, что система СМИ должна представлять всевозможные интересы своих читателей (в нашем случае — вопросы воспитания военнослужащих) и их социальные позиции.

Второй фактор — совокупность изданий и программ (в данном случае — военного ведомства) должна создавать максимально полную, объемную, всестороннюю и завершенную картину действительности, в том числе и вопросы воспитания.

Третий фактор — ориентация на многообразные интересы аудитории в соответствии с ее воспитательными, профессиональными и личными особенностями».

Авторы В.В. Ларченков, А.А. Фомичев в журнале акцентируют внимание на то, что деятельность военных СМИ тесно взаимосвязана с информационным обеспечением Вооруженных Сил России. Но по сей день военные издания не имеют четкой координации и руководства. Всю систему информационного обеспечения российской армии условно можно разделить на два вектора: формирование положительного имиджа армии в обществе и удовлетворение информационных интересов военнослужащих. В первом направлении работает Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации. Он тесно сотрудничает с гражданскими СМИ. Второе направление возложено на систему военных средств массовой информации. Время доказывает, что установленные методы работы не в полном объеме справляются с возложенными задачами по удовлетворению информационных и воспитательных потребностей как общественности страны, так и личный состав армии России. По причине вышеназванного воспитательные возможности, присущие системе военным средствам массовой информации в настоящее время реализуются не в полном объеме в частях и подразделениях ВС РФ.

В настоящее время в Министерстве обороны России создается новая концепция информационного обеспечения и информационно-воспитательной политики оборонного ведомства России, в которой предусматривается внедрение военных СМИ в воспитательную систему военнослужащих российской армии таким образом, чтобы армейские издания и военные электронные СМИ были полноценными составляющими теории и практики воспитания различных категорий военнослужащих [3].

Важно проанализировать военные СМИ в Казахстане в 70 годы XX века и в современных условиях.

Военная газета «Боевое знамя» начала выходить с 1 ноября 1969 года в Алма-Ате. Это было связано с созданием Среднеазиатского военного округа (САВО). У каждого округа в советское время имелся свой печатный орган. В течение 20 лет газета вела летопись, в том числе и воспитательной, жизни войск, дислоцированных на территории САВО. Она имела очень высокий уровень, ее знали, читали, в редакцию писали и обращались. Несколько поколений военных журналистов служили в редакции газеты. В первом номере газеты в приветственном слове «Будьте всегда начеку!» Министр обороны СССР Маршал Советского Союза А. Гречко отмечает: «Приветствую выход в свет первого номера новой солдатской газеты «Боевое знамя». ... Пусть величаво реет «Боевое знамя», тесно сплачивая солдат, сержантов и офицеров округа вокруг ...».

В связи с известными общественно-политическими преобразованиями в стране и последовавшими за ними реформами военных СМИ, редакция газеты Среднеазиатского военного округа «Боевое знамя» подверглась расформированию в майские дни 1989 года. Здание редакции было законсервировано, в типографии выполнялись заказы для оперативной деятельности воинских частей. Подшивки «Боевого Знамени» были перемещены в Центральный архив МО РФ. Военные журналисты были назначены в другие издания и убыли из Казахстана для прохождения дальнейшей службы к новому месту.

16 декабря 1992 года в Алматы вышел первый номер Центрального органа печати Министерства обороны Республики Казахстан газета «Қазақстан сарбазы» - «Воин Казахстана» на двух языках; казахском и русском, которая в дальнейшем стала ведущей армейской газетой Казахстана. Военное издание с первых номеров на своих страницах разъясняла политику государства в области обороны и безопасности, явилась мощным средством воспитания всех категорий военнослужащих от солдата до генерала, освящала вопросы становления и развития казахстанской армии, обучения и подготовки высоко

квалифицированных специалистов для Вооруженных Сил и других силовых структур государства.

Важность произошедшего события было отмечено в первом номере газеты в приветственном слове Президента Республики Казахстан – Верховного Главнокомандующего Вооруженными Силами Республики Казахстан Н.А. Назарбаева, в котором он отметил: «Газета должна стать выразительницей оборонных интересов республики и ее вооруженных защитников, ее эффективных связей с государствами Содружества. Важно побуждать у молодежи стремление с честью выполнять свой воинский долг, воспитывать ее в духе патриотизма на основе героического прошлого Родины». Официальным документом государства для создания военной газеты стало Постановление Кабинета Министров Республики Казахстан от 14 декабря 1992 года № 1053, в котором указывалось, что «Қазақстан сарбазы» - «Воин Казахстана» создается на базе газеты Среднеазиатского военного округа «Боевое знамя». Редакцию газеты расположили в прежнем здании, а типография стала печатать новое военное издание. С этого момента идет отсчет истории военной журналистики Казахстана.

Ярким доказательством высоких достижений газеты является участие в творческом конкурсе и оценка деятельности издания Председателем мажлиса Парламента Республики Казахстан.

«В Астане в парламенте Республики Казахстан подведены итоги творческого конкурса на лучшее освещение в СМИ военно-патриотической и армейской тематики. Инициатором конкурса выступил комитет мажлиса по международным делам, обороне и безопасности. Выступая на церемонии награждения победителей конкурса, председатель мажлиса Жармахан Туякбай подчеркнул, что уходят в прошлое скептицизм, непонимание армейских проблем, бравадование огульно-критическим отношением к армии. Теперь в СМИ все чаще стали появляться действительно взвешенные и содержательные материалы о казахстанских вооруженных силах. И можно с полным правом утверждать, что эти изменения свидетельствуют о постепенном оздоровлении общества.

Со словами признательности в адрес журналистов выступил заместитель министра обороны генерал-лейтенант Абай Тасбулатов. Представители СМИ, сказал он, своими яркими очерками, телерепортажами способствуют повышению имиджа людей в погонах, в целом вооруженных сил.

Почетными грамотами, дипломами мажлиса и ценными призами в номинации «На лучшее объективное освещение в СМИ военно-патриотической и армейской тематики» награждены республиканские газеты «Егемен Қазақстан», «Қазақстанская правда», программа «Рота, подъем!» телеагентства «Хабар», программа «Қаһарман» Казахского радио, программа «Защитники Отечества» телеканала «Рахат-ТВ». Заслужили добрых слов и коллективы военных газет «Қазақстан сарбазы» («Воин Казахстана») - ответственный редактор подполковник Серик Канапьянов, «Қалқан» («Щит») - главный редактор полковник Виктор Фрайденберг, «Отан сакшысы» («Часовой Родины») - главный редактор майор Нурлан Сағымбаев. Не осталась без внимания, и газета «Красная звезда»: автор этих строк, полковник Сапарғали Жағипаров, тоже удостоился диплома парламента Республики Казахстан», - так писала газета «Красная звезда» 12 февраля 2003 года.

В начале 2004 года, согласно решению руководства Министерства обороны, Центральный орган печати МО РК газета «Қазақстан сарбазы - Воин Казахстана» была передислоцирована из города Алматы в город Астана. В составе редакции переехали 5 офицеров и 2 служащих. В г. Алматы остался небольшой филиал штатом 12 человек, а остальные сотрудники были уволены. Штат редакции укомплектовывался в г. Астана журналистскими кадрами из Евразийского национального университета имени Л.М.Гумилева и немного позже военными журналистами, выпускниками Военного университета Министерства обороны Российской Федерации. В феврале 2004 года в г. Астана вышел в свет первый номер газеты в другом полиграфическом оформлении форматом А2. Тираж газеты составлял около 6 тысяч экземпляров, периодичность один раз в

неделю. Праздничные номера газеты выходили на высококачественной бумаге в четыре цвета.

В августе 2007 году в связи с назначением на должность Министра обороны Республики Казахстан гражданского человека (политической номенклатуры) и реформами в Вооруженных Силах Центральный орган печати МО РК - газета «Қазақстан сарбазы - Воин Казахстана» в соответствии с Директивой Министра обороны была расформирована. Офицеры-журналисты назначены на другие должности, как правило, не по специальности. Подшивки газеты сданы в Центральный архив Министерства обороны Республики Казахстан в г. Алматы, а газета как государственный орган – выведен из реестра юридических лиц.

Данные реформы отрицательно повлияли на воспитательный процесс в Вооруженных Силах Республики Казахстан. Военная газета была переведена на «гражданские рельсы», в аутсорсинг с целью осуществления самостоятельного финансирования и самоокупаемости.

На базе газеты «Қазақстан сарбазы – Воин Казахстана» в переходный период, используя остатки денежных средств, оргтехнику и логотип газеты, стали выходить первые номера газеты «Сарбаз», зарегистрированной в качестве военно-патриотического еженедельника. Учредителем газеты, как это не странно, стало Акционерное общество «Казахстан ГИС Центр» при Министерстве обороны. Главной задачей данного Общества являются иные функции. Согласно теории журналистики учредителем военного издания должно быть Министерство обороны. Под вывеской военно-патриотического воспитания были далеко идущие коммерческие цели издателей; газета должна была продаваться в киосках, печатать рекламу. Чтобы повысить тираж издатели на страницах газеты начали печатать полуголых девушек. Гражданские журналисты, не специалисты в военном деле, часто допускали ошибки. Так, например, в начале учебного периода, после одиночной подготовки, в ходе слаживания отделений и взводов, как они это называли «в ходе этого крупномасштабного учения - была привлечена авиация Сил воздушной обороны...». Об этом факте на служебном совещании негативно отозвался главнокомандующий Силами воздушной обороны ВС РК. В материалах корреспондентов также допускались нарушения режима секретности, других инструкций и наставлений, искажалась журналистская этика.

Планируемая на начальном этапе самоокупаемость газеты не дала положительных результатов. Газета в киосках так и не стала продаваться, рекламодатели не увидели высокой эффективности от размещенной на страницах газеты рекламы, прекратили финансирование. Финансирование газеты сегодня осуществляется только за счет централизованной подписки на периодические печатные издания Министерством обороны Республики Казахстан. Идея аутсорсинга с газетой провалилась, и она, грубо говоря «села» на бюджетное финансирование Министерства обороны. Только изменился механизм финансирования.

Проведенный в воинских частях анализ показывает, что в настоящее время высокой читабельностью, большим тиражом и былым авторитетом в войсках газета «Сарбаз» не пользуется. Сегодня редакция газеты даже не имеет собственного здания, журналисты газеты работают дома в онлайн режиме.

В настоящее время проблема снятия погон с военных журналистов и перевода военной печати в аутсорсинг в силовых структурах Казахстана коснулась только военные издания Министерства обороны Республики Казахстан.

Военные издания Пограничной службы КНБ и Национальной гвардии МВД РК: газета «Отан сақшысы – Часовой Родины», журналы «Шекарашы», «Военно-исторический вестник», газета «Қалқан», журнал «Бүркіт» подобным реформам не были подвержены и издаются в прежнем формате, как военные газеты и журналы, что позволило сохранить кадры военных журналистов.

Вооружённые Силы Республики Казахстан в настоящее время имеют следующие военные издания - это газета «Сарбаз», журнал «Айбын», публикующие материалы о жизнедеятельности казахстанской армии, газета пограничной службы КНБ РК «Отан сақшысы-Часовой Родины», журнал «Шекарашы», «Военно-исторический вестник», газета Национальной гвардии МВД РК - «Қалқан», журнал «Бүркіт», вестник «Ұлттық ұлан

жаршысы» и издания Национального университета обороны; военно-теоритический журнал «Бағдар - Ориентир», научно-образовательный журнал «Вестник», журнал «Научные труды Военного инженерного института радиоэлектроники и связи», журнал «Вестник военного института Сухопутных войск», журнал «Вестник военного института Сил воздушной обороны».

Имеются официальные сайты Министерства обороны Республики Казахстан, Пограничной службы Комитета Национальной безопасности Республики Казахстан, Национальной гвардии Министерства внутренних дел Республики Казахстан.

Вместе с тем, Министерство обороны Республики Казахстан имеет «YouTube канал», «Instagram», «Facebook».

В настоящее время в целях совершенствования системы военных СМИ Республики Казахстан необходимо:

1) создать единый военный медиа-холдинг, который объединит все военные СМИ Казахстана, будет иметь мощную полиграфическую и издательскую базу, теле-радио каналы по аналогу российского НТК «Звезда» и интернет-издания;

2) создать в видах и родах войск, региональных командованиях, военных учебных заведениях военные газеты и журналы, а также пресс-службы.

3) Министерству обороны на первом этапе необходимо направить в Военный университет МО РФ курсантов для подготовки кадровых офицеров по специальности «Военная журналистика». В дальнейшем организовать на базе Военного института Сухопутных войск обучение курсантов по указанной специальности на уровне «Бакалавриат», а также в Национальном университете обороны готовить «Магистров военной журналистики».

4) Министерству обороны необходимо реорганизовать военно-патриотическую газету «Сарбаз» и журнал «Айбын» в подведомственные военные издания и вернуть их в подчинение Министерства обороны Республики Казахстан.

Таким образом, отношение к военной журналистике в зарубежных государствах разное. Однако, опыт деятельности военной прессы в ведущих государствах показывает, что освящение военной тематики, разъяснение оборонной политики государства и воспитание военнослужащих является важным вопросом в стране и Вооруженных Силах. Очень важно, чтобы редакции военных газет и журналов находились в штате военного ведомства, а освещением военной тематики занимались офицеры-военные журналисты.

Список использованных источников и литературы

1. Канапьянов С.Х. Реализация педагогического потенциала средств массовой информации в воспитании военнослужащих Республики Казахстан: дис. канд. пед. наук, М., 2019, 197 с.

2. Козлов Д.В. Военные средства массовой информации как инструмент формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы: дис. канд. полит. наук, М., 2008, 176 с.

3. Ларченков В.В., Фомичев А.А. О современной системе средств массовой информации Министерства обороны РФ/ Власть. М., 2013. С. 71-74.

Об авторах

Серик Хабдульмуталыпович Канапьянов, профессор военной кафедры НАО «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева», доктор (PhD), полковник запаса. Опыт работы военных журналистов в разных странах.

Бауыржан Берикбаевич Темиржанов, преподаватель военной кафедры НАО «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева», подполковник запаса.