



ӘЛ-ФАРАБИ атындағы
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЪ-ФАРАБИ

AL-FARABI KAZAKH
NATIONAL UNIVERSITY

ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ

ВЕСТНИК

СЕРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

BULLETIN

JOURNALISM SERIES

2(38) 2015

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

KazNU BULLETIN

Journalism series

№2 (38)

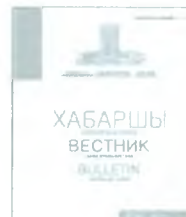
Алматы
«Қазак университеті»
2015



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №2 (38)

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869



25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінде тіркелген

Күзлік №956-Ж.

Журнал жылына 2 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

Дудина Е.И., филол.ғ.к. доцент, (Қазақстан)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Мелеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)

Мысаева Қ.Н., филол. ғ.к., доцент (ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)

Велитченко С.Н., филол.ғ.к., доцент (редактор) (Қазақстан)

Антипов К.В., э.ғ.д., профессор, И. Федоров атындағы Мәскеу Мемлекеттік баспасөз университетінің ректоры (Ресей)

Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Беккер Р., з.ғ.д., Н. Коперник атындағы университеті халықаралық қатынастар факультетінің деканы (Польша)

Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)

Бекболатұлы Ж., э.ғ.к., проф.м.а, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Нұрғожина Ш.И., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Окай А., профессор, Ыстамбұл университеті (Түркия)

Сұлтанбаева Г.С., саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)



Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы

Гульмира Шаккозова

Телефон: +77017242911

E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Редакторлары

Қ. Ибрагимова

Г. Бекбердиева

Компьютерде беттеген:

Гульмира Шаккозова

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Мәлдір Өміртайқызы

Телефон: +7(727)377-34-11

E-mail: Moldir.Omirtaikyzy@kaznu.kz

ИБ №2300

Басуға 12.12.2015 жылы қол қойылды.

Пішімі 60x84 1/8. Көлөмі 29.9 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.

Тапсырыс №4027. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

«Қазақ университеті» баспа үйі.

050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2015

**МЕДИА И
PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ
ИДЕИ
КАЗАХСТАНСКОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ**

Несмотря на то, какой сложный путь социально-политического, духовного развития, экономического кризиса, вероятности межэтнических столкновений прошел Казахстан, народ обрел независимость и имеет свою уникальную модель межэтнического единства. Следуя наиболее приемлемым формам и методам управления, Казахстан сегодня имеет крепкую государственность, сильного лидера и единую нацию.

Как говорит Глава государства Н. Назарбаев: «Мы идем своим собственным, казахстанским путем развития, который выбрали однажды и с тех пор ему следуем. Изучая и анализируя мировую практику, мы выбрали эволюционный путь. Мы против форсированного внедрения демократии, тем более извне. Мы никого не пытаемся копировать, а делаем то, что нужно нашей стране и нашему народу. И у нас это получается» [1].

Понятие «Қазақ елі» исходит от идеи Президента о Мәңгілік ел – стране, преодолевшей различные исторические катаклизмы и сумевшей провозгласить себя в мировом сообществе в качестве сильного и успешного государства. Так считают учёные-историки. Предложенное президентом название отвечает и лингвистическим запросам – Қазақ елі благозвучно на всех языках. Қазақ елі – это историческое название казахской земли, этому понятию уже много столетий, причем, что любопытно, так территорию казахов называли и российские историки – в архивных документах российской империи часто встречалось это название, однако в годы тоталитарного советского режима понятие «Қазақ елі» запретили употреблять [2].

Надо понимать, что PR-реализация государственной политики посредством журналистики не должна идти вразрез с национальной традицией и культурными ценностями. Известный исследователь особенностей национальных образов мира Г.Д. Гачев пишет следующее о кочевниках: «Отличительной чертой этих миров является также их позднее подключение к шествию мировой цивилизации и феномен ускоренного развития, когда стяженно проходятся те исторические формации и стадии общественного сознания, которые в «нормальном» поступательном процессе Европы и России занимали века» [3]. Переход к оседлому образу жизни оказал огромное влияние на казахстанский народ и изменил его эволюцию культурных, эт-

нических, ментальных, ценностных особенностей. Безусловно, переход от кочевго образа жизни к оседлому, принятие русской и европейской культур внесли определенные коррективы в устроение, быт, жизненные ценности и мировоззрение казахстанского народа.

Журналистика, являясь массовым продуктом и осуществляя общественные коммуникации, играет важную роль в процессе становления и развития демократических преобразований в республике. Информирова общественность о стратегии развития, целях и задачах суверенного Казахстана, средства массовой информации стали проводником политических и экономических идеи государства. Грамотная и своевременная подача информации в период становления информационного рынка способствовала укреплению стабильности и формированию благоприятного общественного мнения о новом статусе республики. Таким образом, казахстанская журналистика вносит весомый вклад в формирование гражданского общества и является важнейшим фактором в вопросах проведения идеи казахстанской идентичности.

В Казахстане идет процесс радикальной переоценки ценностей, и журналисты являются активными соучастниками и в определенной степени творцами этого процесса. СМИ также переживают те же перипетии, что и все общество. Сегодня в Казахстане идет поиск нового отношения между властью, обществом и СМИ, поскольку старые модели уже исчерпали себя. Если Казахстан продолжит свое движение по пути демократизации и интеграции в мировое информационное сообщество, то произойдет постепенный процесс очищения общественных интересов, восстановление доверия к СМИ, постепенное создание институтов гражданского общества.

Информационные процессы и PR-коммуникации решающим образом влияют на экономику, политику и практически на все сферы жизнедеятельности общества. Несомненно, построение демократического государства и соответствующего информационного пространства – задача не из простых.

«Формирование информационного поля в республике продолжается, – говорит президент Академии журналистики Казахстана С.К. Козыбасв, – Процесс демократизации неотделим от СМИ. Свобода слова прямо пропорциональна уровню демократии. Вот почему так важно реально понять предназначение СМИ как чуткого индикатора свободы общества. Вбирая все луч-

шие черты, накопленные за время существования прессы, СМИ Казахстана вместе с тем обязаны формироваться как особый, не имеющий аналогов социальный институт, осуществляющий функции «четвертой власти» подлинно и глубоко демократично» [4]. Роль СМИ в формировании общественного мнения, несомненно, высока и наполнена новым содержанием.

В современном обществе интересы и потребности общественности тесно связаны с политической, экономической, социальной, бизнес и другими сферами деятельности. В таких условиях важным фактором успеха являются PR-коммуникации и информация. PR как социально-коммуникативная технология стал необходимой и значимой функцией в государственном управлении. Масс-медиа не только выполняют посредническую функцию между властными структурами и общественностью, между производителями и потребителями, но и формируют новые отношения. PR является стратегически важным элементом организации и управления. PR – это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между масс-медиа и ее общественностью (аудиторией). Изменчивость ситуации в мировом сообществе закрепила необходимость в профессиональных, деловых и информационных отношениях с общественностью.

Являясь управленческой функцией и одновременно элементом маркетинговой коммуникации, PR осуществляет комплекс мер различного рода коммуникации между государством и общественностью, направленные на повышение положительной репутации. По продвижению идеи казахстанской идентичности были организованы различного рода PR-мероприятия работниками государственных органов, коммерческих структур, финансовых институтов, неправительственных организаций и т.п. Так, на факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби в рамках Проекта «Стратегия интеграция миссия и методы информационной поддержки феномена «Казахстанского Пути» как государственной идеологии в медийном пространстве» открыт Студенческий пресс-клуб, который освещает события, проводимые в университете по PR-сопровождению Стратегии «Казахстан-2050».

Масс-медиа и PR сегодня не только выполняют посредническую функцию между государством и общественностью, но и формируют новые отношения в информационном прост-

...стве. Роль журналиста в структуре социального сознания особенна, поскольку он нести ответственность за свою деятельность и содержание публикации. Когда журналистский текст коррелирует с жизненными ценностями в обществе, создает панораму действительности, он становится средством социальной ориентации и формирует общественное мнение.

В целях систематизации и изучения основных факторов медиавоздействия при формировании политической архитектуры молодого Казахстана, его приоритетов и ценностей проведен анкетный опрос о популярности идеи казахстанской идентичности среди молодых людей. Был опрошен 241 респондент, из них 189 знают феномен «Казахстанский Путь» и дают положительные отзывы. Возраст респондентов: от 14 до 60 лет.



Диаграмма 1 – Дифференциация по половой принадлежности респондентов



Диаграмма 2 – Образование респондентов на момент прохождения опроса



Диаграмма 3 – Знают ли о «Казахстанском пути»?

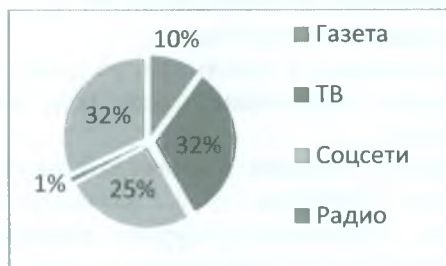


Диаграмма 4 – Источники, откуда респонденты узнали

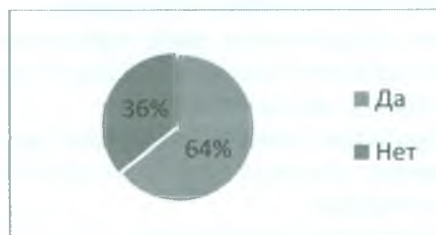


Диаграмма 5 – Понимают ли респонденты значение этого слова?

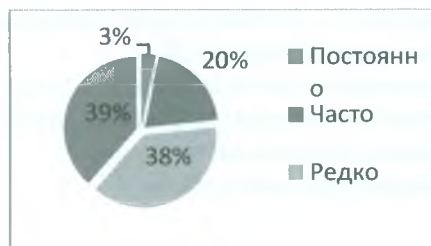


Диаграмма 6 – Как часто респонденты слышали о феномене «Казахстанский путь»?

На вопрос «Какие ценности содержит в себе «Казахстанский путь?» респонденты ответили: благосостояние, благополучие граждан, образование, единую цель, единые интересы, единое будущее, сохранение традиций, сохранение единства народа Казахстана, культурных и этнической ценностей каждого этноса, укрепление Казахстана на политической арене, стандартное идеологическое обоснование политики государства и т.д.

На вопрос «Согласны ли Вы, что Казахстан имеет отличительный путь?» ответили «Да» 189 чел., «Не особо» – 12 чел., «Возможно» – 27 чел., «Нет» – 9 чел., «Я не слышал об этом» – 2 чел., «Не могу ответить» – 2 чел.

Таким образом, по результатам опроса выявлены пожелания и предложения респондентов по продвижению «Казахстанского пути»:

- привлекать молодых специалистов для поддержки данной программы;
- не насаждать, а показывать на деле; прививать чувство патриотизма среди всех граждан Казахстана;
- внести поправки в законодательную базу Республики Казахстан, чтобы улучшить экономическое, социально-культурное развитие нашей страны и всего казахстанского народа;
- в желании поднять уровень жизни в государстве должен быть заинтересован народ;
- каждый человек должен внести свой вклад;
- привлечение активной молодежи;
- дать продвижению этого термина/смысла/понятия/понимание более интересную перспективу, вызвать у людей интерес;
- разработка средства мотивации для обычных граждан, материальные блага для обычных рядовых граждан;
- воспитывать чувства патриотизма и любви к своей Родине с детских лет;
- развивать отрасли мобильных, мультимедийных, нано- и космических технологий;
- создание наукоёмкой экономики;
- чувство ответственности порождает эффективное достижение целей;
- несмотря на всю правильность этого пути, финансовое обеспечение не должно сказаться на материальном положении граждан;
- информировать население.

На современном этапе необходимо исследовать и обобщить богатый опыт Казахстана в реализации успешного, планомерного и созидательного движения вперед государства с наиболее неустойчивым уровнем экономики на период 90-х годов XX столетия. Экспертами признается тяжелое состояние экономики, в котором оказался Казахстан в тот период. Функциональный потенциал страны был крайне невысок, статус сырьевого придатка, дезактуализация крупных промышленных гигантов, переустройство мировой экономики привели Казахстан к уровню стран третьего мира. Однако за последующие 20 лет наша страна сумела не только выйти на уровень высокоразвитых стран, войти в 50 наиболее успешных экономик мира, но и сохранить внутривнутриполитическую стабильность и межнациональное согласие. Феномен этого пути требует детального изучения, более того – способная стать основополагающей идеологией, способной цементировать достижения и противостоять внешним и внутренним угрозам самого различного характера [5].

Исходя из реалий сегодняшнего дня, можно констатировать, что от качественных медиа и PR-сопровождения идеи казахстанской идентичности зависит результат политической образованности нации, здорового гражданского самосознания, патриотического настроя.

Литература

- 1 Послание Президента Республики Казахстан – Лидера Нации НА.Назарбаева Народу Казахстана Стратегия «Казахстан-2050» новый политический курс состоявшегося государства // <http://www.akorda.kz>. 14.12. 2012.
- 2 Қазақ елі. Новости Хабар: [Электрон. ресурс]. – 2014. – URL.: <http://khabar.kz/ru>. (25.02.2014).
- 3 Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Центральная Азия. – М., 2002. – С.58-64.
- 4 Козыбаев С.К. Пресса как эффективное орудие партии в формировании общественного мнения и коммунистического воспитания // Проблемы эффективности и действенности прессы Казахстана: сб. науч. тр. – Алматы, 1987. – С.101-104.
- 5 Дудинова Е.И. Аспекты информационной поддержки феномена «Казахстанского пути» в отечественных СМИ // Вестник КазНУ, Серия журналистики. – № 1 (37). – С. 94.

References

- 1 Message from the President of the Republic of Kazakhstan – Leader of the Nation NA.Nazarbaev to people of Kazakhstan «Kazakhstan – 2030» Strategy is new policy course of formed state. // <http://www.akorda.kz>. 14.12. 2012.
- 2 Qazaq eli. Khabar News [Digital source] – 2014. – URL.: <http://khabar.kz/ru>. (25.02.2014).
- 3 Gachev GD World National Image. Central Asia. – M., 2002. – P.58-64.
- 4 Kozybayev S.K. Press as effective instrument of party to social opinion and communist education // Kazakhstan media efficiency and effectiveness problems: collection of scientific papers – Almaty – 1987. – С.101-104.
- 5 Dudinova E.I. Aspects of information support of the phenomenon of «Kazakhstan's way» in the domestic media // Вестник КазНУ, Серия журналистики. – № 1 (37). Р. 94.

<i>Zhurtbay N.T., Shyngysova N.T.</i> The Role of Ecology in Media	106
<i>Дудинова Е. И., Мухамадиева Л.И.</i> Формы и методы организации СРС при обучении творческим специальностям	112
<i>Негизбаева М.О.</i> Медиа и PR-сопровождение идеи казахстанской идентичности	118
<i>Борисова Н.М.</i> К вопросу газетно-заголовочного комплекса Якутской периодической печати	124
<i>Серікбай Б., Бекболатұлы Ж.</i> Бренд символдары	130
<i>Шынгысова Н., Жумабаева А., Жанабаев Е.Б.</i> Язык и стиль современных СМИ	134
<i>Мамырова К.С., Губашева Д.Т.</i> «Сарыарқа» газеті хақында бірер сөз	140

3-БӨЛІМ

Көсемсөз және Көркемсөз

РАЗДЕЛ 3

Литература и публицистика

<i>Дәдебаев Ж., Мұсалы Л., Бисенбаев П.</i> Нұрсұлтан Назарбаевтың «Тәуелсіздік толғауы» туралы толғаныс	146
<i>Султанбаева Г.С. Ложникова О.П., Ахметов М.</i> Ценности, формирующие новый казахстанский патриотизм	152
<i>Бисенбаев П.</i> «Таһир-Зухра» дастаны және көркемдік дәстүр жалғастығы.....	158
<i>Сидоров О.Г.</i> Платон Ойунский, организатор печати и публицист	164
<i>Жанабаев К., Бекниязова С.К.</i> Функция эпитета в поэтическом тексте жырау XV-XVIII веков	170
<i>Мухамадиева Л.И.</i> Мировоззренческий космос Омара Хайяма: современное звучание	176
<i>Еңсегенұлы Т., Тоқболат С.</i> Тонықөк жазба ескерткішінің құндылығы	182
<i>Білдебекова Ә.Т.</i> Қазақстан басылымдарында экономикалық тақырыптардың берілуі	190
<i>Жаңабекова М.А., Карагойшиева Д.А.</i> Коммуникативтік біліктілікті қалыптастырудағы ойын түрлерін қолданудың технологиясы	196
<i>Оразбекова З., Женгиз Е., Абильдашева С.</i> Принцип дидактики эпических произведений Мусабека Байзакулы	202
<i>Енсегенұлы Т.</i> «Авеста» түркілер дәуірлеген тұста жасалған	208
<i>Қазыбек Г.Қ.</i> Жұбан Молдағалиевтің «Мен қазақпын» поэмасының орыс тіліне аударылу ерекшеліктері	214
<i>Сердалі Б. К.</i> Баспасөз қызметінің ғаламтордағы жұмысы	220