

# ТВОРЧЕСТВО, ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ

Материалы  
Международной  
научно-практической  
конференции  
«Журналистика 2016»

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М. В. ЛОМОНОСОВА  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

# ЖУРНАЛИСТИКА В 2016 ГОДУ: ТВОРЧЕСТВО, ПРОФЕССИЯ, ИНДУСТРИЯ

*Материалы  
международной научно-практической конференции  
Москва, 7–8 февраля 2017 г.*



Факультет журналистики  
МГУ имени М. В. Ломоносова

Москва, 2017



|  |     |
|--|-----|
| <b>Дудинова Е. И., Негизбаева М. О., Шынгысова Н. Т.</b><br><b>(Казахский национальный университет)</b>        |     |
| PR-технологии Казахстана и формирование<br>релевантного контекста государственной идеологии.....               | 251 |
| <b>Жаксыбаева Ш. (Казахский национальный университет)</b>  |     |
| Новый законопроект СМИ Казахстана.....   | 252 |
| <b>Ибраева Г. Ж. (Казахский национальный университет)</b>  |     |
| Социальные сети и новые медиа в процессе самоидентификации<br>казахстанской молодежи.....                      | 253 |
| <b>Кожамкулова Ш. Б. (Казахстанский институт менеджмента,<br/>экономики и прогнозирования)</b>                 |     |
| Рынок газет Республики Казахстан.....  | 254 |
| <b>Кузьминова А. Ю. (Белорусский университет)</b>  |     |
| Молодежная аудитория: специфика телепросмотра,<br>жанровые и тематические предпочтения.....                    | 255 |
| <b>Обидов М. (Ферганское областное отделение<br/>Творческого союза журналистов Узбекистана)</b>                |     |
| Печать Узбекистана в новых условиях.....   | 256 |
| <b>Пивоварчик Т. А. (Гродненский университет)</b>  |     |
| Нормативно-стилистическая реализация русского языка<br>в речевом пространстве региональных СМИ Белоруссии..... | 258 |
| <b>Прохореня М. В. (Белорусский университет)</b>   |     |
| Окружные газеты в системе прессы Белоруссии.....   | 259 |
| <b>Смирнова О. В. (Московский университет)</b>   |     |
| Журналистика и СМИ стран СНГ:<br>основные направления исследований.....  | 261 |

#### **4.2. Телерадиовещание России в условиях растущей конкуренции: контент–2016**

|   |     |
|---|-----|
| <b>Болотова Е. А., Болотова Л. Д. (Московский университет)</b>                    |     |
| Актуальные проблемы исследования современного<br>отечественного радиовещания..... | 262 |
| <b>Булаева М. Н., Лахтачева О. С. (Южно-Уральский университет)</b>                |     |
| Лонгриды как новый формат контента сайтов телеканалов.....                        | 263 |
| <b>Василькова Е. В. (Российский университет дружбы народов)</b>                   |     |
| Российское телевидение в медиасреде XXI в.....                                    | 264 |

*Е. И. Дудинова, М. О. Негизбаева, Н. Т. Шынгысова*

Казахский национальный университет

## **PR-ТЕХНОЛОГИИ КАЗАХСТАНА И ФОРМИРОВАНИЕ РЕЛЕВАНТНОГО КОНТЕКСТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИДЕОЛОГИИ**

Сегодня в Казахстане актуально новое качественное понимание и переформатирование всей системы развития «казахстанского пути» и «казахстанской идентичности», а также особая роль средств массовой информации в процессе установления межнационального и межконфессионального согласия, диалога религий и культур, воспитания в молодежи созидательных устремлений, любви к родному языку, краю, стране, людям. В регионах действуют свыше 900 этнокультурных объединений, 192 этнопросветительских комплекса, Дома дружбы.

Перед службами по связи с общественностью поставлены задачи проведения компетентной и корректной работы со СМИ в данной сфере. Степень подготовленности журналистов к освещению вопросов национального диалога влияет на общую тональность журналистских текстов. PR-процессы содействуют на эффективной реализации государственных программ. PR-сопровождение национальных программ тесно связано с информационной политикой в системе государственного управления.

Использование технологий информационного сопровождения в современных условиях является ключевым фактором реализации государственных программ. Информационное сопровождение этих программ основано на действующих информационных технологиях, функционирующих в рамках информационной системы государственного управления. Оптимальность управления информацией оказывает значительное влияние на успешность реализации государственных программ в целом.

В целях систематизации и изучения основных факторов PR-воздействия идеологических модулей на политическую архитектуру Казахстана авторами был проведен анкетный опрос 552 респондентов в возрасте от 14 до 60 лет. Анкета состояла из 12 вопросов и касалась роли и значения государственной идеологии в жизни общества и каждого из респондентов; информированности о государственных программах и национальных идеях; обстоятельств и угроз срыва государственных программ развития; представленности молодежи в органах местного управления; политической ак-

тивности и грамотности, оптимальных моделей государственного устройства и др.

Результаты опроса показывают относительно позитивное восприятие государственной идеологии, ее достаточную представленность в СМИ. Однако прослеживается прохладное отношение реципиентов к PR-акциям местных органов власти. Интересным также является и тот факт, что большинство опрошенных получают информацию через Интернет, но доверяют ей в меньшей степени, чем печатным изданиям. Значительный информационный поток, транслируемый Интернетом, имеет низкую степень воздействия.

### *Ш. Жаксыбаева*

Казахский национальный университет

## НОВЫЙ ЗАКОНОПРОЕКТ СМИ КАЗАХСТАНА

Внимание автора привлекают прежде всего локальные СМИ, так как сегодня настроения казахстанцев зреют в регионах. Поэтому развитию местных СМИ нужно уделять особое внимание. Другой вопрос – создание в регионах Казахстана общественного ТВ. К примеру, в Южно-Казахстанской области сегодня функционируют 15 местных телеканалов. ЮНЕСКО определила такую инициативу как «общинное телевидение». Коммуникация должна идти снизу вверх. Метод посылки «пожарных команд» на тушение «пожара» в регионе неверен. Основные моменты напряжения возникают в регионах, а не в двух столицах. Этот момент должен быть учтен в информационной политике: необходимо развивать локальные СМИ. Очередную версию законопроекта о телерадиовещании пока нельзя назвать оптимальной.

Сейчас в документе нет взвешенного анализа и результатов социологических исследований. Ставка на покрытие территории Казахстана телевизионным сигналом – также неверный подход. К примеру, инфраструктура так и не пришла во многие села Восточного Казахстана. Жители используют спутниковые «тарелки» российских компаний. Пользование обходится зрителю впятеро дешевле по сравнению с абонентской платой за отечественного поставщика «Отау ТВ». Зритель «голосует рублем». И прежде чем писать законопроект, неплохо было бы сделать ревизию технических решений, которые продвигают наши операторы.