

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
AL-FARABI KAZAKH
NATIONAL UNIVERSITY



Барманкүлов оқулары
аясында өтетін
«САНДЫҚ-АҚПАРАТТЫҚ
ДӘУІРДЕГІ БҰҚАРАЛЫҚ
КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ
ЖАҢА МҮМКІНДІКТЕРІ МЕН
ПРОБЛЕМАЛАРЫ»
атты халықаралық ғылымн-тәжірибелік
конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

28 ақпан 2014 жыл

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической
конференции - Барманкуловские чтения
«СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

28 февраля 2014 года

MATERIALIS

International scientific-practical conference
Barmankulov reading
«MEDIA COMMUNICATIONS
IN THE DIGITAL ERA:
NEW OPPORTUNITIES
AND PROBLEMS»

28 february 2014



имеют огромное значение для формирования странового брендинга и интеллектуального капитала. Например, телевидение всем комплексом выходящих в эфир программ берет на себя задачу распространять знания, в том числе – научные, помогает воспринимать красоту культуры и искусства, передавать образовательную информацию, выполнять просветительские задачи, вести постоянный диалог со зрителем при помощи программ новостей, ток-шоу, документальных фильмов, развлекательных передач, спектаклей, кино и т.д. Исследователи отмечают, что образовательное телевидение имеет четыре функции: распространение научных знаний (образовательная), пропаганда культурного наследия (воспитательная), передача образовательной информации (информационная), продвижение передовых взглядов на образовательный процесс (организаторская). Таким образом, если все телевидение является носителем ценностей культуры и науки, имеет возможность их всеобщего распространения и пропаганды, то образовательное телевидение, в свою очередь, является одним из важнейших способов распространения и сохранения культуры и человеческой цивилизации в целом и выполняет воспитательную функцию. К казахстанским каналам, которые выполняют функцию просвещения и образования, относятся каналы «Билим жене Мадениет» и Kazakhstan TV.

Способность данных технологий изменить человеческое сознание и поведение свидетельствует о растущей мощи человека, которая сегодня уже не ограничивается нравственностью - к сожалению, современная культура почти утратила способность обеспечивать нормативное поведение, более того, она начинает активно стимулировать социально-культурные девиации. В этой связи актуальным становится проблема культурологической экспертизы гуманитарных технологий, оценки приемлемости и допустимости их использования, выработки нравственной «цензуры» и фундаментальных этических норм, способных задать духовно-нравственное измерение любой человеческой деятельности, связанной с системой массовых коммуникаций, изменением сознания и поведения человека. Здесь нужно учесть два принципиальных момента:

1. Ассоциации со страной или регионом. Как известно, страна или регион происхождения могут усилить доверие к индивидуальности бренда. Они также способны создать сильную индивидуальность, означая не только высокое качество, но и важный элемент дифференциации, что может привести к разработке эффективных маркетинговых и коммуникативных программ.

2. Сила национальных и культурных стереотипов. Национальные ценности казахского народа сегодня выполняют не только духовно-культурную, но и консолидирующую функцию. СМИ – это поле, в котором инициируются и обсуждаются вопросы об интеллектуальных ценностях, историческая миссия и информационная политика которых заключается в сближении народов, стран, наций.

Вышеуказанные приоритеты указывают на ориентировочные направления и формирование будущего, необходимые для повышения потенциала общества и проявления способностей нации.

Литература:

1. Запесоцкий Ю.А. Символическая сущность бренда//Автореф. на соиск. уч.степ. кандидата культурологии. – М., 2009
2. Аакер Д. Создание сильных брендов. 2-е изд. - М.: ИД Гребенникова, 2007
3. Котлер Ф., Рейн И., Хэмлин М. Персональный брендинг. – М.: ИД Гребенникова, 2009
4. www.akorda.kz

Г.К. Муканова,
к.ф.н., доцент,
КазНУ им. аль-Фараби

СОХРАНЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ / КУЛЬТУРНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ И СМИ /

Абстракт. Статья представляет критический разбор состояния этнического своеобразия в регионе Центральная Азия, на примере самоощущения казахстанцев, своеобразия региональных СМИ и религии. Определенное место в исследовании занимает реакция жителей на ход миграционных процессов в регионе. Факты интеллектуальной истории Евразии анализируются в контексте глобализации.

Ключевые слова. Центральная Азия, Казахстан, идентичность, своеобразие, миграция, история, культурная антропология, религия, СМИ.

Введение. Национальное своеобразие, или Этничность, может проявляться многолико: в национальной одежде, национальной обрядности и даже вкусовых предпочтениях, кухне и спортивных ристалищах. Вне сомнений, речевая гармония занимает первое место среди других граней этнокультурной идентификации. Попытка системного научного анализа и синтеза непредвзятого изучения и обсуждение выводов позволила нам приблизиться к пониманию взаимозависимости между степенью владения языком, социальной удовлетворенностью его носителей, с одной стороны, и – внешними способами межкультурной коммуникации, с другой.

Материалы. Исследуя заданную тему, мы опирались как на массив изданий зарубежных и отечественных авторов, так и на полевые материалы. Анонимные анкеты открытого типа (без вариантов ответов) позволили уловить нюансы взаимозависимости языка и конфессиональных предпочтений, языка и степени образованности, языка и культуры чтения, возрастных запросов и степени социальной ответственности молодежи. Эти и другие материалы представляют срез современного видения актуальной темы сохранности национальной идентичности. Материалы СМИ анализировались на предмет выявления реагирования государственных структур и населения на иммиграцию.

Медиакультура и медиаобразование являются составляющими национальной идентичности. Информационная эпоха связана с глобальной медиа средой, созданием единого мирового информационного пространства.[1] Зарубежные специалисты активны в дискурсе о новой информационной цивилизации, связанной с колоссальным влиянием современной «индустрии информации» на все стороны общественной жизни. О наличии мощной коммуникативной среды, способной объединить континенты, влияющей на культуру и на систему власти как внутри страны, так и в масштабах всего мира, размышляли мыслители от аль-Фараби до современных авторов: Д. Белл, М. Маклюэн и Э. Тоффлер, Ю. Лотман, М. Кастельс и Н. Луман. [2]

О масс-медиа как особом социальном институте пишут исследователи: Богданов В., Баразгова Е., Борецкий Р., Вартанова Е. и др. [3]

Методы. В процессе изучения темы были использованы методы обработки данных: диалектический, объективизма, историзма, компаративистский, математические, статистические, анализа и синтеза, логический и другие.

Обсуждение. Без коммуникаций мир погрузится в вакуумное состояние, утратит вектор движения и развития. Вместе с тем, существует другая «сторона медали» – национальная специфика, язык и речь как итог многовековой, порой даже – тысячелетней – социальной эволюции. Идентификация личности, как носителя этничности и государственности, в условиях вызовов глобализации, – тема цельная и исторически обусловленная [4]. В СМИ обсуждается тема перехода на латиницу, в контексте идентичности. В Послании Главы государства Н.Назарбаева «Стратегия Казахстан-2050» заложена данная траектория. Если обратиться к истории, то национальная интеллигенция уже привлекалась в начале XX в. к реформе письменности

Смагул Садвокасов выразил свои взгляды на идентичность в журнале «Большевик» в статье «О национальностях и националах», 1928 г. Публикация 1928 года является первоисточником из истории теории и практики реализации национальной концепции развития в СССР. Это вклад в разработку проблем этничности и идентичности. Он пишет: «вопрос о коренизации, являясь частью общего вопроса борьбы с бюрократизмом, в условиях национальных республик превращается одновременно в вопрос национальный». [5; 64]

Будучи частью интеллектуального поля Евразии, казахские интеллектуалы сформулировали условия сосуществования в Союзе, в которых Казахстан чувствовал бы себя комфортно. В недрах Союза, в среде «националов», во втор. пол. 20-х годов XX в. вызревал конфликт. [6]

В период становления КазАССР, выходы на Запад не были плотно захлопнуты. Так, в Берлине тогда функционировало представительство Казкрая по заготовке сырья (Упсырзаг). В довоенную Германию советское правительство по квоте направляло студентов. Заявление на учебу в Германию писал и Смагул. Он использовал опыт зарубежья в период территориального размежевания в Средней Азии. Так, структура федеративного устройства Германии и опыт немецких классических университетов вдохновили его на открытие первого Казпедвуза.

Одним из аспектов нашего исследования было изучение темы «Ислам и идентичность», в разрезе мнений молодежи региона.

сообщества работников национальных медиа и международных союзов в ЦА – задача ближайшего будущего.[10]

Имиджевая политика государства направлена на расширение и углубление внешних экономических, социальных, культурных и научных связей. Для обеспечения привлекательности государства, можно реализовать медиа-план по развитию туризма, использовать потенциал международных и региональных выставок / «ЭКСПО-2017» /. В этом аспекте, опыт Сингапура, Южной Кореи, Японии был бы весьма полезен. [11]

С 1991 г. произошли технологические, качественные изменения в региональных СМИ. Мультимедиа: Интернет и персональные микро-блоги стали реальностью. Факт, что языковое разнообразие СМИ становится все богаче. Говоря о тюркском духовном и научном наследии, прежде всего обращают на себя внимание учения аль-Фараби, Авиценны, Ибн Рушда. В этнокультурной традиции заложены мощные интегративные моменты. Требуется целевое управление информационными потоками по типу «G-global». Важно инвестировать в междисциплинарные проекты /культурная антропология/ дискурс-анализ Центральной Азии.

Заключение. Процесс формирования национальной идентичности многогранен. В условиях глобализации, отход от стереотипов, повышение качества исследований в культурной антропологии и социально значимых медиа, становятся приоритетами. Ситуация конфессиональной идентификации в Казахстане имеет особенности: совершенствуется нормативно-правовая база, омолаживается умма. Геополитика, массовые миграции вносят нюансы в межкультурное сближение. Проблемные вопросы имеет смысл изучать на основе компаративистики. Научная идентификация носителей этничности и государственности, в условиях глобализации, - тема цельная и благодатная.

Литература:

1. Абдулкаримов, Г. Г. Теоретические проблемы актуальной этнополитики в России: этносоциология модернизации современной России. - Москва, 2008. - 331 с.; Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. - М.: РУДН, 2001; Ерасов Б. С. Социальная культурология. Изд. 2-е. -- М., 1997; Данилюк А. Я. Развитие человеческого потенциала средствами воспитания и социализации в условиях модернизации России // «Педагогика». - 2011. - № 1. - С. 3-13.
2. Кастельс М. Галактика Интернет. - Екатеринбург, 2004; Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академ.проект, 2005. - 400 с.; Логинова Л. В. Механизм институционализации интересов: сущность и роль в модернизации общества // «Философия и общество». - Вып. №4(52). - 2008 г.; Лотман Ю. М. Мозг - текст - культура - искусственный интеллект//Избр. статьи. В 3-х томах. Т. 1. - Таллин, 1992; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. - М., 2003.
3. Модернизация России: условия, предпосылки, шансы: сборник статей и материалов /под ред. д-ра эконом.наук В. Л. Иноземцева; Центр исследований постиндустриального общества. - М., 2009. - 272 с. - Опыт российских модернизаций XVIII - XX века /отв. ред. В. В. Алексеев. - Москва: Наука, 2000. - 246 с.
4. АП РК. Ф.139. Оп. 1. Д. 704. Л. 184.
5. Садвокасов С. О национальностях и националах//«Большевик, 1928. - № 1. - СС. 51-64.
6. Муканова Г.К. Публицистика Смагула Садвокасова. - Алматы, «Казак университеті», 2013.
7. Mukanova G.K. Central-Asian metric books of the registration. // Bulletin of Al-Farabi KazNU. Historical series. -2012 г. - № 1. - pp. 108 - 113.
8. Кошанов А. Казахстан в глобальном мире // «Мысль», 2014. - № 1. - сс.11-14. Миграции казахов в центральной азии: взгляд в прошлое и попытка прогнозирования // «Вестник Евразии» (Москва). - 1996. - № 2. - СС.62-70.
9. Международные отношения: теория, конфликты, движения и организаций. - М., 2008.
10. Токаев Касым-Жомарт. Дипломатия Республики Казахстан. - Астана, 2011.
11. Олимпиев А.А. Ближний Восток: Актуальные проблемы международных отношений. - Москва, 2004.

Н.С. Кенжегулова,

к.ф.н., доцент

кафедры журналистики и

международных отношений,

Университет Международного Бизнеса

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Так как основным требованием для нормального функционирования Четвертой власти является формирование общественного мнения, оно остается неизменным фактором и в современных условиях, нового тысячелетия. Следует подчеркнуть, что только наблюдаются существенные изменения

СОДЕРЖАНИЕ

Гавра Д.П. ВНЕШНИЙ ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА/РЕГИОНА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ	79
Нургожина Ш.И. НАУЧНОЕ НАСЛЕДИЕ ПРОФЕССОРА М.К. БАРМАНКУЛОВА И СОВРЕМЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ	88
Козыбаев С.К. КРЕСТНЫЙ ОТЕЦ ВСЕАЗИАТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ	90
Zhararova A. MOMENTOUS MATTERS OF JOURNALISM	94
Kolesnyukova T.P., Zhanabekova M.A. USING NEWSPAPER ARTICLES IN AN ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM	96
Ахметова Л.С. САЙТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ КАЗАХСТАНА: E-GOV В ДЕЙСТВИИ	98
Барлыбаева С. СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ МЕДИА ИНДУСТРИИ	101
Аргынбаева М.Х., Шынгысова Н.Т. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ	103
Тлепбергенова А.А. ПРИРОДА ДИНАМИКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ	106
Мукашева М. РОЛЬ КНИГИ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ	107
Negizbayeva M.O. THE ROLE OF PRODUCTION PRACTICE IN MODERN EDUCATIONAL SYSTEM	109
Альжанова А. ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ В ПЕРСПЕКТИВЕ	111
Велигченко С.Н. РОЛЬ НОВЫХ МЕДИА В ПРОДВИЖЕНИИ СТРАНОВОГО БРЕНДИНГА КАЗАХСТАНА	113
Муканова Г.К. СОХРАНЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (КУЛЬТУРНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ И СМИ)	115
Кенжегулова Н.С. ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	118
Абилхасимова Б.Б., Туребекова Р.С. ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕОЛОГЕМ БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНОГО ВЫБОРА В ПЕРВЫХ РЕВОЛЮЦИОННЫХ ГАЗЕТАХ КАЗАХСТАНА	120
Дудинова Е., «НОВАЯ» ЭТИКА СМИ: ПРОТИВОРЕЧИЯ МЕЖДУ ИСТОРИЧЕСКОЙ МИССИЕЙ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЕЕ СОВРЕМЕННЫМ ВОПЛОЩЕНИЕМ	124
Мухамадиев Х. ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ И ОБРАЗ АВТОРА В ЗЕРКАЛЕ «СТИЛЬ ЭПОХИ»	128
Нода Л. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАЦИИ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ	131
Ложникова О. LOVE RADIO КАЗАХСТАН - ОСОБЕННОСТИ ВЕЩАНИЯ ИНДУСТРИИ	134
Мухамадиева Л. ИНФОРМАЦИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СМИ	136
Есхуатова Н.Б., Ергалиева Ж.А. ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ КАЗАХСТАНА	138
Джанабаев М. ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ЖУРНАЛИСТА НА ВОЗМЕЩЕНИЕ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА	140
Утеуова К. У ИСТОКА ИДЕИ ЕВРАЗИЙСТВА	144
Картаева С. ОЦТҮСТІК ОСЕТИЯ ЖӘНЕ ГРУЗИЯ ҚАҚТЫҒЫСЫ ҚАЗАҚСТАННЫҢ АҚПАРАТТЫҚ КЕҢІСТІГІНДЕ	149
Ормаханова Е.Н. СПЕЦИФИКА ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЗДАНИИ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ	152
Сұлтанбаева Э.С. МЕДИАМӘДЕНИЕТ ҚОҒАМДЫҚ САНАНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУШЫ ҚҰРАЛ РЕТІНДЕ	156