

влияние на технологию производства, подбор и расстановку кадров и на другие важные вопросы, касающиеся усовершенствования работы, как его личной, так и всего предприятия.

В компании Kcell к внутренним коммуникациям относятся:

- освещение последних событий в компании,
- ведение внутреннего сайта,
- Организация мероприятий, призванных укрепить командный дух.

Эти мотивы следует иметь в виду при разработке программ по работе с персоналом. Внутрифирменная политика, которая является не чем иным, как счастливым сочетанием материального интереса и патриотизма по отношению к фирме.

Проводимая в течение многих лет корпоративная политика, создала компании Kcell не только положительную репутацию, но и сформировала работоспособный коллектив.

Қастай Д.

Журналистика факультеті

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

БАҚ-ТЫҢ АҚПАРАТТЫҚ-НАСИХАТТЫҚ ҚЫЗМЕТІ АРҚЫЛЫ ЖОЛ-КӨЛІК ОҚИҒАЛАРЫНЫҢ АЛДЫН АЛУДЫҢ ЖАҢА ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Ғылыми жетекшісі: с.ғ.д., профессор Сұлтанбаева Г.С.

Жол-көлік оқиғалары – көлік құралдарының жолмен жүруі кезінде және оның қатысуымен пайда болған, адамдар қаза тапқан немесе жарақаттанған, көлік құралдары, құрылыстар, т.б. зақымданған не өзгедей материалдық зиян келтірілген оқиға. Жол-көлік оқиғаларының пайда болу себептері мен жағдайларын талдау және осы себептер мен жағдайларды жою үшін әр елде, аймақта, қалада жол-көлік оқиғаларының есебі жүргізіледі. Оны елдің Ішкі істер министрлігі мекемелері, автомобиль жолдарын мемлекеттік басқару органдары, даралық және жеке меншік жолдарының иелері жол-көлік оқиғаларын есепке алу ережелеріне сәйкес жүргізеді.

Қазақстан Республикасының “Жол жүрісі қауіпсіздігі туралы” Заңына сәйкес жол-көлік оқиғалары туралы мәліметтерді жариялауға ақпарат саласы мамандарына арнайы рұқсат берілген. Соған орай, бүгінгі күнде БАҚ қызметкерлері де меншік нысанына қарамастан жол-көлік оқиғаларында қаза тапқан немесе жарақаттанған адамдардың есебін жүргізіп, оқыс оқиғаларды болдырмаудың тың әдістерін кәсіби тұрғыда қарастырып отыр. Статистикалық мәліметтерге назар аударсақ, орта есеппен жыл сайын республикамыздағы жол-көлік апаттары салдарынан 3 мыңға жуық адам қайтыс болып, 25 мыңдай адам әртүрлі дәрежедегі жарақаттанулар алатынын байқай аламыз. Жыл өткен сайын жол-көлік оқиғаларының жиі тіркелуі мен адам шығынының артуы ақпарат иелерін де алаңдатуда. Осы проблемалық жағдайларды ескере отырып, журналистика саласында жол-көлік оқиғаларының алдын алудың жаңа тенденцияларын ұсынуға болады. Аталмыш тенденциялардың басты принциптеріне ақпараттық-насихаттық жұмыстардың оңтайлы жүргізілуі жатады. Ақпараттық-насихаттық жұмыстар үш бағанда:

- медиалық әлеуеттің ықпалы;
- телерадиожурналистиканың сақтандырғыш функциясы;
- әлеуметтік жарнаманың тұрғындарға әсер ету ауаны арқылы жүргізіледі.

Қауіпсіз жүріс-тұрыс іскерліктері мен дағдыларын қалыптастыру және дамыту, оларды орнықты әдетке айналдыру – журналистердің арнайы контенттерді және түрлі дидактикалық әдістер мен тәсілдерді қолдануды талап ететін күрделі, ұзақ қоғамдық оқу-тәрбие процесі болып табылады. Жол қозғалысы ережелері бойынша ақпарат беру процесінің теориялық принциптері: сабақтастық, үздіксіздік, жүйелілік, бір ізділік, қол жетерлік, ыңғайлылық, көрнектілік, тәрбиелеу және оқыту бірлігі негізінде аудиторияның талқысынан өтеді.

Қорыта айтсақ, жол қозғалысы оқиғаларының салдары мен фактілерінде көптеген адамдардың өмірі, тағдыры және денсаулығы тұрады. Бұл мәселені шешудің ең негізгі мәні жаяу жүргіншілер мен жолаушыларды жол қозғалысы ережелеріне сай ақпараттық дайындау және үйрету екендігі сөзсіз. Себебі, адам шығынына әкелетін проблемаларды шешуде журналистік контенттердің маңызы аса зор.



Қазақстан 2050



IV ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 4-21 сәуір, 2017 жыл

Студенттер мен жас ғалымдардың

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты халықаралық ғылыми конференцияның
МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 10-13 сәуір, 2017 жыл



IV МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-21 апреля 2017 года

МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции
студентов и молодых ученых

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

Алматы, Казахстан, 10-13 апреля 2017 года



IV INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-21 April, 2017

MATERIALS

of International Scientific Conference
of Students and Young Scientists

«FARABI ALEMI»

Almaty, Kazakhstan, 10-13 April, 2017

Ибрагимов И. Измерения в PR	55
Ильчибаева А. ЭкоPR	56
Ильчибаева А. Инфографика в студенческой газете	57
Ильчибаева А. «Культура» на портале «TENGRINEWS.KZ»	57
Исмаилова Д. Издательский маркетинг электронных изданий	58
Исмагамбетова К. Антиутопии в дискурсе литературы	59
Иманқұлова А. Тәуелсіздік жылдарындағы «Ана тілі» газеті көтерген мәселелер: толғауы тоқсан туған тіл	59
Кабдыкенов Р. Внутренний PR сотовых операторов	60
Қастай Д. БАҚ-тың ақпараттық-насихаттық қызметі арқылы жол-көлік оқиғаларының алдын алудың жаңа тенденциялары	61
Кабдыкенов Р. Изучение уровня доверия студентов к СМИ	62
Қастай Д. Тәуелсіз қоғамдағы ағылшын тілінің оқытылуы	63
Кайрат Т. Освещение изобразительного искусства в СМИ	64
Кайрат Т. Неудачи celebrity-marketing-a	65
Кенесова М. Освещение в The New York Times и The Washington Post переговоров в Астане по Сирийскому конфликту (январь-март, 2017)	66
Кабдыкенов Р. Кызылагаш 2010: информационный голод	67
Қалитова А. Ақпараттық себеп жасау технологиясы	68
Карыпбаева П. Сулайман-Тоо	69
Красикова В. Коммуникация с журналистами	69
Красикова В. Роль иллюстрации в печатных СМИ	70
Красикова В. СМИ о KFW	71
Кожабек К. Особенности работы студенческого радио	72
Кузембаева А. Информационная безопасность в системе Эффекта CNN (модель «непрерывной информации»)	72
Кузембаева А. Международный опыт этического регулирования деятельности СМИ	73
Кузембаева А. Специфика коммуникации в издании Рейтерс	74
Кустанов С. Развитие имиджа современного Казахстана	75
Кунгей А. Национальная идея в системе казахстанской идентичности	76
Kabyzbek A. Amazon announced the opening of a store without cass	77
Лайық Ұ. Әл-Фарабидің медицина жайлы трактаттарының негізгі тұжырымдары және оның бүгінгі ұлттық телевизиясымен сабақтастығы	77
Лейман Е. Аналитика потребностей аудитории в освещении проблем культуры	78
Лим А. PR в Инстаграме. Доставка еды	79
Лямина А. PROMO-акции	80
Мағзамова А. Қазақ баспасөз шежіресінің алғашқы майталмандары	81
Мамбетхан А. XX ғасыр қазақ публицистері (Әлихан Бөкейхан, Ахмет Байтұрсынұлы, Міржақып Дулатұлы, Халел Досмұхамедұлы, Мұхамеджан Тынышбайұлы шығармашылығы негізінде)	82
Маратова Д. Қазақ кітабының өтімі қандай?	84
Малтабаров М. Особенности прессы в годы первой мировой войны	86
Малтабаров М. Оригинальный стиль политических речей Уинстона Черчилля	86
Малтабаров М. Социальные сети и угроза терроризма	87
Манке А. Гоголь и сатира в СМИ	88
Мәлік Ә. PR и SMM-продвижение в социальных сетях	89
Молдажан Қ. Сағат Әшімбаевтың сыншылдық қолтаңбасындағы ерекшелік сипаты	90
Мокров Р. Формирование национальной медиасистемы в информационном обществе	90
Мұханбетали А. Ақпарат таратудың проблемалары	91
Мұхамедиярқызы А. Әл-Фараби «Поэзия өнерінің каноны туралы»	91
Мукушева К. Дореволюционное образование в Казахстане	92
Мэн Ц. Интернационализация PR-деятельности	93
Mukhangali K. Language of Mass Media in the aspect language of the city	94
Нұрланова А. Қазақстандағы медициналық интернет порталдар: жетістіктер мен проблемалар	96
Нұрбекова А. Қазақстанның әлемдік қауымдастық алдындағы беделі	96
Негизбаева С. Казахстан на мировой арене: имиджформирующие технологии	97
Нургалиев Ж. PR и СМИ	98
Niyazbek D. Genres of sports Journalism in modern print media	99
Niyazbek D. The media business in the United States and American Journalism	100
Оспанова Б. Ұлттық университеттің жарышысы	101
Өскенбек Н. Әл-Фарабидің әлеуметтік трактаттарындағы негізгі тұжырымдар және кәсіби	102
Өзінбаев А. Даму (Қазақстанда жасалған өнімді, атап айтқанда отандық автокөліктерді насихаттайтын бағдарлама)	103