

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



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

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

Болотова Е. А., Болотова Л. Д. (Московский университет)	
Актуальные проблемы исследования современного отечественного радиовещания	262
Булаева М. Н., Лахтачева О. С. (Южно-Уральский университет)	
Лонгриды как новый формат контента сайтов телеканалов	263
Василькова Е. В. (Российский университет дружбы народов)	
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.