

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



**«ЭКСПО-2017» – АДАМИ КАПИТАЛДЫҢ ТҰРАҚТЫ  
ДАМУЫНЫҢ МЕДИААЛАҢЫ»** атты  
республикалық ғылыми-тәжірибелік конференция

## **МАТЕРИАЛДАРЫ**

*28 қыркүйек 2015 жыл*

## **МАТЕРИАЛЫ**

республиканской научно-практической конференции  
**«ЭКСПО-2017» КАК МЕДИАПЛАТФОРМА УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА»**

*28 сентября 2015 года*



**Ғылыми редактор:**  
ф.ғ.к, доцент **С.Медеубек**  
с.ғ.д., профессор **Г.С. Сұлтанбаева**

**Жауапты редакторлар:**  
ф.ғ.д., **Ш.И. Нұрғожина**  
аға оқытушы **А.Б. Ақынбекова**

**Техникалық редактор:**  
**А.Б. Төлешова**

**«ЭКСПО-2017»** – адами капиталдың тұрақты дамуының медиаалаңы» атты республикалық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 28 қыркүйек, 2015 жыл / жауапты ред.: Ш. Нұрғожина, А. Ақынбекова – Алматы: Қазақ университеті, 2015. – 99 б.  
**ISBN 978-601-04-1658-1**

Ғылыми конференция Қазақстанның инновациялық триумфы, технологиялық платформасы саналатын, сондай-ақ елімізді «смарт идеялардың» моделіне айналдыратын «ЭКСПО-2017» тақырыбына арналып отыр.

**Абдраев М.,**

*ф.э.к., доцент қызметін атқарушы*

## **ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ ДЫБЫС ЖӘНЕ КӨРІНІС ПЕН ИНФОГРАФИКА**

Инфографика деген – «ақпараттық түсінік» ұғымын білдіреді. Әлемдегі ақпараттық дизайнның американдық зерттеуші профессор ғалымы Эдвард Тавти – «Инфографика – бұл ақпаратты графикалық тәсілмен беру» дейді. Ал, Владимир Лаптев айтады «Бұл белгілі бір көлемдегі коммуникативті дизайн арқылы ақпарат беру» дейді.

Алайда, инфографика немесе ақпараттық дизайн визуальды көріністі қамтамасыз етеді.

Жалпы инфографиканың шығу тарихы адамдар сөз бен сөйлеу техникасын меңгермеген алғашқы ғасырлардан басталады. Бір-біріне сурет салу, белгі көрсету арқылы көріністі айғақтап хабарласып отырды. Бұл адамдар арасындағы коммуникациялық байланыстағы алғашқы тарихи даму кезеңінің бастауында пиктографикалық қатынасты көрсетті. Яғни схема, сызба, көрініс белгілерімен хабарлас-ты. Біз мұны Египет, Қытай жазбаларынан танимыз. Демек инфографика мәтінмен ғана емес әріп, белгі сызбалар арқылы да ақпарат беретін үлгі. Мұны бүгінгі күнде де телеарна, газет – журналдардан, интернеттен көріп жүрміз. Адам санасына түсінік пен ұғымды тез тарататын тәсіл.

Қағаз бетіндегі жазылған ақпараттың әдеби де мәдени мәтінді көріністі көркем дүниеге қалай айналдырамыз. Оны қимылға көшіріп, қалай жан бітіреміз. Адам тамаша туындыларды оқып отырып, әсем бейнелер мен сұлу мүсіндердің, тылсым табиғат пен тарихи қойнаулардың образын көз алдына елестетіп, елтіп отырады. Мұның да эмоциялық маңызы зор.

Дейтұрғанмен көпжақты дамыған мына әлемде адамдардың санасына жедел ақпараттық жақын-дастықты дамыту факторлары да етек алды.

Демек публицистика қоғамдық даму нүктенен басталған десе, инфографика да тіршілікпен қабаттаса өрбіген. Оның картографикалық, схемографикалық, гистографикалық, номографикалық ұғымдары бүгінде визуальды коммуникацияға айналды. Яғни, инфографика ақпарат таратудағы негізгі құрал. Бүгінгі телеарна өкілдерінің жарнама, жаңалық көрсеткіштері графикалық типпен жедел берілуде. Визуальды элементтердің классификациялық көрінісін гидрометцентралистер де ұғымды пайдалануда. Яғни, бірнеше принциптің басын қосып алысты жақын, жақынды іргелендіріп, ірілетіп жедел таратады.

Атап айтар мәселе ақпараттық инфрақұрылымның ұлттық жүйесін орнықтыруда бәсекелестік ар-та түсті. Электронды технологияның ішкі функциялық мүмкіндігін толық игеру инфографикалық ақпарат тарату арқылы да нарық заңдылығына теңдесе алды. Яғни ақпараттық ресурстар құрамын стандарттауда қауіпсіздік процесі мен коммуникациялық қатынас бірлестігі қамтамасыз етілді. Демек, ақпараттық технологияның телеөнім таратудағы модемдік қабілеті бар әрі ішкі экономикалық мүддені де қорғайды. Себебі, қазіргі әлемдік тенденция дәстүрлі ақпарат таратудың жаңа теориясын алға тартты. Телеарнадағы материалдық бейненің коммуникативті дизайнымен қатар инфографикалық жобасы мен формасы ғылыми нысанға айналды. Сонымен қатар 3Д форматтық тіркесінің үй театрына кіріктірілуі де көркем бейне мен табиғи мөлдірліктің суперплазмалық өнер өндірісіндегі базалық деңгейін арттырды. Көркем эстетикалық көрініс уақыт қозғалысымен жоғары ыраққа көтерілді. Бұл адамзат санасының алапат күшін, сансыз ойлау молекулалық жаратылысын, материалдық ақыл кеңістігінің кемел дамуының айғағы. Сондай-ақ инфографикалық ақпарат пен коммуникациялық байланыс бүгінгі таңда бірнеше ғылымның зерттеу нысаны болып қала береді.

Демек, визуальды тәсілмен инфографикалық ақпарат берудің өзіндік формасы болады. Түр мен түстің цифр мен қаріптің визуальды фоны жалпы көрсеткішке айналса, инфографика нақты өлшемді береді. Яғни графикалық ақпаратты бейнелеуде визуальды бейнекадрлер жиынтығы тележурналистиканың тәжірибесін толықтыра түседі. Инфографикалық ақпараттың эстетикалық құрамдастығы оның сапасын жоғары деңгейге көтеріп қана қоймай, көркем дүниеге айналдырады.

Инфографика бүгінгі тележанрларының қосымша элементі. Ақпараттық, жарнама, телепублистикалық туындыларының анимациялаудан басқа интерактивтілігін арттырды. Телемәтінді қысқартып, арнайы дыбыс эффектісімен де жедел түсінікті ақпарат таратудың көзі. Яғни, көрермен санасына деректі дүниені нақты сіңіру функциясын атқарады. Әлбетте, бұл орайда тақырып таңдалып, оның әлеуметтілігі ескеріледі. Оқиға орны мен мәселенің мекен жайы картографиялық үлгі жүйесі бойынша схемографиялық сызық пен нүкте айшығымен бейнелі қозғалыс ақпаратын тудырады. Әңгіме идеялық тұрғыдан көркем бейненің мағынасын кең таратады.

Телекөріністегі инфографиканы қозғай отырып, оның арғы тегі – баспа инфографикасы екенін естен шығармаған абзал. Бұқаралық ақпарат құралдарының ішіндегі алғашқы балапан бас, қарлығаш қанаттысы, баспа, яғни, нүкте. Сондықтан да жаңару, даму құндылығына ие. Себебі, телебейненің жалпы немесе жеке көркем кадрлық айшықтығындағы инфографикалық қозғалысы көрермен тарапынан үлкен сұраныс пен талапты көрсетті. Бұл жөнінде В.Лаптев, С.Некляев сынды ғалымдар да өз пікір-

лерін білдірген. Қазіргі ақпараттық толқын мамандары көрермен көпшілікке дерек элементтерін күрделендірмей жеткізуді басшылыққа алды. Сондықтан да ақпараттық дизайнның тәсілдері тиімділік жолын тапқан. Алайда инфографика жарнама, баспа өнімдерінде әлдеқайда көп қолданылады. Қысқа мәтін, графикалық көрініс адамдарды ойға жетелеп, мәнге қанықтырады. Сондай-ақ телебейнеде дыбыстық байланыспен де ұшқырлық танытады. Демек, инфографиканы ақпараттық байланыс құралы деп айтуға толық негіз бар. Қағаз бетіндегі мәтіннің оқылуын оқиға, мәселе, жаңалық деп тыңдайды, ал инфографикалық телекөрініс ақпараттық дәлдік деп табылады. Ал, оның қозғаушы құралы бүгінгі күннің компьютерлік бағдарламасы мен инновациялық даму процесі болмақ. Мұндағы айтпасқа болмайтын жәйт, инфографика кез келген бейнекөріністің теориялық ұғымын тудырады.

Бұдан шығатын қорытынды инфографикалық бейнекөріністердің қозғалмалы мағынасына сүйене отырып, оның тарихи тәсілдерін тележанрдың құрамына да жатқызамыз. Ақпарат берудің жаңа элементтерін қалыптастыру нәтижесінде телеөнімнің кез келген түрі қоғамдық талап үрдісінен шыға алады. Яғни, динамикалық ақпараттық қатынастың визуальды байланысы артқан сайын ақпарат беру сигналдары да көбейе түседі.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Лаптев В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику. – СПб: Эйдос, 2012.
2. Никлаев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 4, 2010, С. 53-66.
3. Жақып Б.Ө. Қазақ публицистикасының қалыптасуы, дамуы. – Алматы: Білім, 2004–368 бет.

**Әбдиева Р.С.,**

*философия ғылымдарының кандидаты, доцент*

**Құрманбаева А.Ә.,**

*филология ғылымдарының кандидаты, доцент*

*әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, журналистика факультеті*

### **ҚУАТ ҮНЕМДЕУДЕГІ МӘДЕНИ АСПЕКТИЛЕР**

Ғылым рухани өмірдің дербес факторы болып, дүниетанымның негізгі тірегіне айналды. XX ғасырда ғылымның даму қарқыны оның түрлі салаларының ұштасып, қазіргі кезеңнің кешенді, ірі мәселелерін жаңа бағдарда шешуге бағытталған мәселелерде (материалдар мен энергияның жаңа көздерін қалыптастыру, адам мен табиғат қатынастарын тиімділендіру, үлкен жүйелерді басқару, ғарыштың зерттеулер, т.б.) ерекше байқалды. Үшінші мыңжылдықтағы ғылым дамуының басым бағыты бүкіл әлемді, оның ішінде, адамның ішкі әлемін жан-жақты, тұтас қарастыру болмақ. Оған мысал ретінде, күнделікті тұтынатын энергияны пайдалану бойынша шараларды айтуға болады. Энергия тұтынуды тұрмысқа еш кері әсерін тигізбестен 15-30%-ға азайтуға болатынын әртүрлі кеңестер арқылы БАҚ айтылып та, жазылып та жатыр. Алайда, бұл әлі де болса жеткіліксіз. Еуропа елдерінде осы мәселемен айналысатын Сарапшылар желісі жұмыс істейді. Сондай-ақ, Еуроодақта Тұрақты энергетика жөніндегі іс-әрекеттер жоспарын жүзеге асыруда көппәтерлі тұрғын үйлердегі энергия тиімділікті арттыру саласында жұмыс істеп жатқан сарапшылардың әлеуетін күшейтуге бағытталған білім, ақпарат және тәжірибемен алмасу, сондай-ақ, азаматтар арасында кеңінен ақпарат тарату тәрізді шаралар атқарылып жатқанынан хабардармыз. Бұл әрекеттер әрине ғылымның дамуымен бірден-бір байланысты. Қазақстан Республикасының «Энергия үнемдеу және энергия тиімділігін арттыру туралы» Заңының қабылдануына, ел Үкіметінің Энергия үнемдеудің кешенді жоспарын мақұлдауы, сондай-ақ, ҚР Тұрғын үй-коммуналдық шаруашылығын жаңғырту бағдарламасын іске асыруға байланысты аталмыш жобаны тұрғын үйлерде жүзеге асыру мәселесі бойынша мүдделі тараптарды қажетті ақпаратпен қамтамасыздандырудың өзектілігі жоғары. Энергияны сақтау және энерго тиімділікті көтеру заңына сәйкес барлық орта және ірі кәсіпорындар таяу 2 жыл ішінде электр энергиясын тұтынуды төмендету керек. Ең ірі 30 өнеркәсіптік компаниялар бүгін елдің барлық электр энергиясының 65-70% тұтынады, сондықтан ҚР ИЖТМ алдында энергияны сақтау саласында өкілетті орган ретінде өнеркәсіптік саласында энергия көлемділікті төмендету бойынша міндет қойылады. Бұл бағытта таяу екі жыл ішінде жұмыстар жүргізіледі. Оның сөзінше, энергияны сақтау және энерго тиімділікті көтеру заңына сәйкес, барлық орта және ірі кәсіпорындар Қазақстанда өндіріс кезінде энергияны тұтынуды төмендету керек.

Ал, 2012 жылы 1-ші шілдеден бастап Қазақстанда қызу лампаларын шығару мен сатуды кезеңдеп тоқтату туралы заң қабылданды. Бұлтыр 100 ваттан жоғары, биыл 2013 жылдан 75 ваттан жоғары, 2014 жылдың 1-ші қаңтарынан 25 ваттан жоғары қызу лампаларды шығаруға тыйым салынды. Олардың орнына энергоүнемдеу шамдарын қолдану қажеттігі туындап отыр. Бұл инновациялық-индуст-

## МАЗМУНЫ

<b>Мұтанов Ғ.М.</b>	3
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ ректоры Алғысөз .....	3
<b>Жексенбай Б.Н.</b>	4
«Жетінші арна» директорлар кеңесінің төрайымы, Бас редакторлар клубының Президенті .....	4
<b>Жанболат С.М.</b>	4
«Алаш-айнасы» Интернет-газетінің бас редакторы .....	4
<b>Тоқашбаев М.Б.</b>	5
«Президент және халық» газетінің Бас редакторы .....	5
<b>Жақып Б. ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ «ПУБЛИЦИСТИКА» КАТЕГОРИЯСЫНЫҢ ТҮСІНГІ ХАҚЫНДА.....</b>	5
<b>Сұлтанбаева Ғ.С. ӘЛЕУМЕТТІК ЗЕРТТЕУЛЕР НЕГІЗІНДЕГІ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫ ҰЛТ МӘСЕЛЕЛЕРІ.....</b>	7
<b>Қабылғазина К. АҚПАРАТТЫҚ ЖАҒАНДАНУ ЖӘНЕ СӨЙЛЕУ МӘДЕНИЕТІ.....</b>	12
<b>Барлыбаева С. МЕДИАТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ.....</b>	14
<b>Козыбаев С. ЭКСПО-2017 И СМИ: МАНИПУЛИРОВАНИЕ ФАКТА МИРОВОЙМИ СМИ.....</b>	17
<b>Ахметова Л. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ – ВКЛАД В УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.....</b>	18
<b>Муканова Г. ЭКСПО-2017 И «МӘҢГІЛІК ЕЛ»: ЗАДАЧИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА МЕНТАЛЬНОСТИ.....</b>	19
<b>Бекболатулы Ж. ПОЛЬША ГЛАЗАМИ ЖУРНАЛИСТА.....</b>	22
<b>Мектеп-тегі А. МӘҢГІЛІК ЕЛ ЖӘНЕ АЛАШ ИДЕЯСЫ ТАСҚА БӘДІЗДЕЛГЕН ТАРИХ .....</b>	25
<b>Абдраев М. ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ ДЫБЫС ЖӘНЕ КӨРІНІС ПЕН ИНФОГРАФИКА.....</b>	28
<b>Әбдиева Р.С., Құрманбаева А.Ә., ҚУАТ ҮНЕМДЕУДЕГІ МӘДЕНИ АСПЕКТІЛЕР.....</b>	29
<b>Алимжанова А.Б., Ақынбекова А. ҒАЛАМТОР ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ҚЫРЫ МЕН СЫРЫ.....</b>	31
<b>Велитченко С.Н. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.....</b>	34
<b>Ложникова О. ОБУЧЕНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ КУЛЬТУРЕ РЕЧИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ.....</b>	36
<b>Кундахбаева А. МЕДИАПСИХОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНТЕРНЕТА.....</b>	39
<b>Нода Л.П. МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ СМИ.....</b>	41
<b>Әлім Ә., Есхуатова Н. ЖУРНАЛИСТИКАДА «ЭКСПО – 2017» ЖОБАСЫНЫҢ МЕДИАБІЛІМ БЕРУДЕГІ РӨЛІ.....</b>	43
<b>Адилбеков С. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КЫЗЫЛОРДЫ «ҚОҒАМ ТВ».....</b>	46
<b>Мұхамеджанов Д. «ЕХРО-НЫ» НАСИХАТТАУДАҒЫ БАҚ-ТЫҢ РӨЛІ.....</b>	48
<b>Әліқожа Б. ТҮР МЕН ТҮС ІЛІМІНІҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ. КӨСЕМСӨЗ ОБРАЗДЫЛЫҒЫН БАЙЫТУ ТӘСІЛДЕРІ.....</b>	49
<b>Нарсеитова Ф. БІЛІМ БЕРУ ПАРАДИГМАЛАРЫНЫҢ ӨЗГЕРУ ТЕНДЕНЦИЯСЫНЫҢ ӨЛЕМДІК БАСЫМДЫҚТАРЫ.....</b>	55
<b>Алимжанова Е.Б., Байдавлетова Б.И. ДҮНИЕЖҮЗІНІҢ САЯСИ КАРТАСЫНДАҒЫ ҚАЗІРГІ ТҮЙІНДІ МӘСЕЛЕЛЕР.....</b>	60
<b>Кулсариева А.Т. КАЗАХСКАЯ СТРАНА НА ПУТИ СОЦИАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ.....</b>	63
<b>Жумашова Ж.А. ВАЖНОСТЬ КУЛЬТУРНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКИ В ИССЛЕДОВАНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ.....</b>	68
<b>Молдабекова А.Т. ЖЕЛІЛІК ТАЛДАУ.....</b>	72
<b>Қадырғиязов Н.С. ОРЫС БАСЫЛЫМДАРЫ КЕНЕСАРЫ ХАН ТУРАЛЫ.....</b>	75
<b>Берікболова Ә.Ж., Бекбосынова Г.А. «БОЛАШАҚТЫҢ ЭНЕРГИЯСЫ» МӘСЕЛЕСІН КӨТЕРУДЕГІ МЕДИАБІЛІМНІҢ МӘНІ МЕН МАҢЫЗЫ.....</b>	78
<b>Григорьева Г.Б. О РОЛИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЖУРНАЛИСТИКА».....</b>	81
<b>Мухамедиярова Д.М. БАСТАУЫШ СЫНЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ ОҚЫТУ ҮРДІСІНДЕГІ ДҮРЫС СӨЙЛЕУІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ПЕДГОГИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ.....</b>	82
<b>Ерғожаев А. ЖАҢА МЕДИА ЕЛДІ АҚПАРАТТАНДЫРУДЫҢ ТАБЫСТЫ ЖОЛЫ.....</b>	86
<b>Айдархан С., Қастай Д. «ЕХРО-2017» – АЛЫП ЕЛДІҢ ӘЛЕУЕТІН АЙҚЫНДАЙДЫ.....</b>	87
<b>Иманова А. ҚАЗАҚ ФАНТАСТИКАСЫ ТУРАЛЫ ТҮСІНІК.....</b>	88
<b>Желдибаева Д. ЭКСПО: ҰЛТТЫҚ ҚҰНДЫЛЫҚТЫ ПАШ ЕТЕТІН МҮМКІНДІК.....</b>	90
<b>Балабекұлы Д. ЖАҢА ДӘУІРДЕГІ ҚАЗАҚ ҒЫЛЫМИ ФАНТАСТИКАСЫ.....</b>	94