



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

«МЕДИАБІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ КИБЕРӘЛЕУМЕТТЕНУ»

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

25 ақпан 2014



МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

«МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ»

25 февраля 2014



MATERIALS

of the international scientifically-practical conference

«MEDIA EDUCATION AND CYBER SOCIALIZATION»

February 25, 2014

Алматы 2014

МАЗМҰНЫ

Абдиманұлы Ө., Аргынбаева М.Х.	
Мифологическое пространство новости Оралхана Бокеева «Крик».....	7
Жумагельдиева Г. А.	
Профсоюз – моя жизнь!	10
Сулайманова Р.Т	
Поздравление	12
Ахметова Л. С.	
Группа в Facebook «Media and Information Literacy»: краткий обзор	12
Козыбаев С.К.	
Развитие средств массовой информации Азербайджана	15
Козыбаев С.К.	
Горение	21
Нургожина Ш. И.	
Проблемы партнерства в информационной бизнес-среде	22
Sgyngyssova N.	
Trends in the development of regional periodicals of Kazakhstan	23
Султанбаева Г. С., Велитченко С.Н.	
Страновой брендинг Казахстана как воплощение онтологического потенциала духовных ценностей интеллектуального общества.....	25
Туменова Б.	
ОФ «Аман-саулык» и СМИ: опыт взаимодействия.....	29
Садыков С.	
Журналистика Казахстана в годы независимости	30
Аблаева Г.К.	
Профсоюз и его взаимодействие со СМИ	32
Садыков С.	
Проблема национальной самоидентификации в печати Казахстана в период создания советской модели национального государства.....	35
Барлыбаева С.Х.	
Социокультурное многообразие массовой коммуникации	41
Әбдиева Р. С	
Медиабілімді дұрыс қабылдаудағы тәрбие мен оқытушының ықпалы	44
Абдраев М.К.	
Телехабардың ақпараттық сипаты	47
Абдиева Р.С., Болатова Ж.	
Баспалық жаңа жүйелер технологиясымен оқыту.....	50
Ахметжанова А.Т.	
Патриотами рождаются.....	52
Абилхасимова Б.Б.	
Идеологема противостояния в демагогических текстах в языке революционных газет Казахстана	54
Акчалов Е.Е.	
Наука плюс СМИ: пути интеграции	58
Альжанова А.Б.	
Современный мониторинг прессы как результат event-мероприятий	61
Аубакирова Ж.Я., Айтбембетова А.Б., Дуламбаева Р.Т.	
Инновации в сфере образования: ключевые приоритеты	63
Бакеева М.К.	
Традиции ВГИКа в преподавании творческих дисциплин	66
Байгожина Д.	
PR индустрия және жаһандану аспектілері (Қазақстан және шетел мемлекеттері).....	68
Велитченко С.Н.	
Роль СМИ в формировании имиджа независимого Казахстана.....	72
Губашева Д.Т., Абидаева Г., Ахметов Е., Баймагамбаева М.	
Сравнительно-сопоставительный анализ зарубежных и казахстанских web-журналов.....	75
Досан Баймолда	
Ұлттық идея және Қазақ тілді шетел радиолары	78

С недавнего времени на «Хабаре» выходит в эфир еще одна цикловая аналитическая программа «Решение принято». Программа стремится донести до зрителей информацию о действиях казахстанского правительства, направленных на ускорение социально-экономических темпов развития казахстанского общества, диверсификацию и модернизацию экономики, усиление ее социальной направленности. Программа рассказывает о стратегических инициативах кабинета министров, реализации государственных программ, конечная цель которых – вхождение Казахстана в число 50 наиболее конкурентоспособных стран, о структурных реформах как в государственном управлении, так и в экономике. Зрителям представляют качественную аналитику и публицистику на актуальные темы государственного масштаба. Авторский коллектив программы хорошо информирован о реальных шагах и планах правительства, что позволяет делать обоснованные выводы и достоверные прогнозы. Программу отличает взвешенная позиция и объективный взгляд на происходящие в казахстанском обществе процессы.

Для создания позитивного имиджа Казахстана в мировом сообществе «Хабар» сделал очень много: это и разнообразные тематические программы, и социальная реклама, и инновационные проекты, посвященные международному сотрудничеству. Сегодня в Агентстве «Хабар» работают лучшие из казахстанских телевизионных профессионалов, расширяется корреспондентская сеть по всему миру. Без преувеличения можно сказать, что по техническим и творческим показателям «Хабар» не отстает от ведущих мировых аналогов. Масса отзывов и пожеланий, которые «Хабар» получает со всех концов света, говорят о том, что миссия канала выполняется. На сегодняшний день «Хабар» является лидером электронного вещания в Казахстане, постоянно работающим над укреплением позитивного имиджа нашей страны в международном сообществе.

1. www.caspionet.kz

2. Кузнецов Г.В. ТВ - журналист. – М., 2000, с. 127

3 Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. - М., 2002, с.36

The article deals with the formation of the country's image of Kazakhstan on the examples of the channel "Khabar" and Caspionet. The author describes the specifics of presenting information on these channels, considers methods of creating a positive image of Kazakhstan in the international community.

Губашева Д.Т.,
к.ф.н. КазНУ им. аль-Фараби,
Абилдаева Г., Ахметов Е.,
Баймагамбаева М.,
магистранты

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ И КАЗАХСТАНСКИХ WEB-ЖУРНАЛОВ

Огромное количество интернет-изданий ежедневно публикуют аналитические материалы, посвященные различным направлениям СМИ. Магистранты КазНУ имени аль-Фараби (Абилдаева Гаухар, Ахметов Ербулан, Баймагамбаева Мадина) подготовили ряд презентаций и свои анализы на эту довольно интересную тему, которые представлены ниже в данной статье.

Мир СМИ меняется, и в странах евразийского пространства эти перемены имеют свою специфику. Европейско-азиатское медиапространство объективно более интегрировано, чем национальные институты, экономические или социальные инициативы. Говоря о работе мультимедийной редакции необходимо дать пояснение, что это такое. Конвергенция это сближение, слияние на цифровой основе различных медийных платформ, типов СМИ. Конвергентные СМИ – синоним терминов «новые медиа» (new media), «мультимедийные СМИ». Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом "новые" формы подачи медиапродукта: он-лайн газета, радио в интернете, веб-телевидение [1]. В чем плюсы новых медиа? Во-первых, это увеличение аудитории поглощающей информацию. Во-вторых, вовлеченность аудитории в процесс производства и медиации контента. Современный пользователь он же становится производителем потребителем. Само слово конвергенция произошло от латинского convergo — «сближаю». В широком смысле конвергенция

может пониматься не только как взаимное влияние явлений, но и взаимопроникновение технологий, стирание границ между ними, слияние [2]. В английском языке convergence означает «схождение в одной точке». Павликова М. дает следующее определение, ссылаясь при этом на канадского исследователя СМИ и коммуникаций Дэниса Макуэйла: «Это распространение одного и того же содержательного продукта по разным каналам, разными средствами» [3].

Анализ интернет версии журналов Forbes и Forbes Казахстан

Контент интернет версии журналов Forbes и Forbes Казахстана

Контентное содержание сайтов Forbes.com и Forbes.kz имеет множество схожестей, по той простой причине, что сайты объединены единым брендом. Основная разница заключается в масштабе освещаемых событий. Forbes.com публикует материалы более глобального характера, в то время как казахстанская версия сайта содержит в основном материалы на региональную тематику.

Вторым значимым отличием, исходящим из характера самих изданий, является ориентация на читателя. Forbes.com - это сайт предназначенный для западной аудитории. Соответственно форма подачи материала отличается от казахстанской версии.

Можно заметить, что Forbes.com представляет своей аудитории, предположительно бизнесменам и финансистам, гораздо более развернутые практические данные - обзоры рынков, рекомендации по инвестициям, изменения на фондовой бирже. Такой контент, к тому же регулярно обновляющийся, создает некоторую привязанность, переходящую в зависимость к сайту - для бизнесменов эти данные могут иметь огромное значение.

Стоит также упомянуть видео, точнее наличие видеороликов на главной странице Forbes.com. Ролик начинает проигрываться сразу же при открытии сайта, вне зависимости от желания посетителя. Под окошком, где проигрывается видео размещена лента видеоматериалов. На Forbes.kz видеороликов собственного изготовления обнаружено не было.

Одной из важнейших рубрик сайтов и журналов Forbes являются рейтинги. На Forbes.com работа с различными рейтингами поставлена на высокий уровень. Есть множество различных рейтингов, включая и самый известный - рейтинг самых богатых людей. Последний обновляется каждый день, причем читатели могут даже узнать, кто сколько заработал и кто сколько потерял за день. На сайте Forbes.com с начала 2013 года и до ноября было опубликовано всего девять рейтингов.

На Forbes.com также реализована возможность "фолловить" авторов. Читатели могут выбрать одного или нескольких любимых авторов и следить за их публикациями.

Дизайн интернет версии журналов Forbes и Forbes Казахстан

Дизайн сайтов Forbes.com и Forbes.kz идентичен. На главной странице располагаются главные статьи дня. В левом верхнем углу на обоих сайтах размещается самая важная на данный момент новость. По состоянию на 23.30, 04.11.2013, главная новость на Forbes.com - ACA To Up Individual-Market Premiums By Average Of 41%, на Forbes.kz - Литовский след Мухтара Аблязова. Все рубрики сайта Forbes.kz размещены в верхнем краю, на сайте Forbes.com, чтобы увидеть все рубрики необходимо нажать на специальную иконку. На обоих сайтах реализована интеграция с социальными сетями. Facebook, Twitter, Linkedin, Google Plus, YouTube - на Forbes.com; Facebook, Twitter, V Kontakte - на Forbes.kz. Также на обоих сайтах посетителям предоставлена возможность регистрации.

Пять самых популярных статей на Forbes.com занимает большое пространство на расстоянии примерно одного скrolла вниз сверху главной страницы. По состоянию на 23.30, 04.11.2013 это: 49-State Analysis: Obamacare To Increase Individual-Market Premiums By Average Of 41%, Time To Take Sides On 'The Walking Dead:' Team Rick Or Team Carol?, 7 Traits Of Highly Influential Leaders, IRS Says Race Car Driver Juan Pablo Montoya Used Sham To Wrongly Deduct Millions, 5 Characteristics Of Grit -- How Many Do You Have?

Самые популярные статьи на Forbes.kz предстают перед глазами сразу после открытия сайта: ВВП на казахстанскую душу за этот год вырастет на \$800, Лучшего молодого инвестора выберут в Алматы, Как вернуть на родину украденные деньги, Цена на дачную землю в южной столице стабилизировалась.

Из существенных отличий можно выделить более удачное применение белого фона на сайте Forbes.com. Секции начальной страницы разделены светло-серой полоской, при этом у самих элементов отсутствует какой-либо фон. Цвет шрифта - угольно-черный ярко контрастирует с белым фоном. Просканировав код страницы, обнаруживаем, использование практически лишь двух цветов #AAAAAA - максимально черный и #FFFFFF - максимально белый.

На сайте Forbes.kz многие элементы имеют неприятный на наш взгляд светло-голубой оттенок, который к тому же сливается со светло-серым цветом шрифта.

Сравнительно-сопоставительный анализ веб-газет «TheGuardian» и gazeta.kz

Ежедневная газета «TheGuardian», основанная в Манчестере в 1821 году носила название «theManchesterGuardian», уже в 1959 году сменила название на нынешнее. Сайт газеты считается самым посещаемым из сайтов британских газет, причем его материалы могут отличаться от материалов бумажного издания. Сайт «TheGuardian» имеет множество рубрик значительно отличающихся от рубрик казахстанского веб-сайта gazeta.kz, являющегося популярным медиа порталом на территории РК. Ежедневно на электронном портале публикуются новости агентств Казахстана, мониторинг мировых событий, аналитика от ведущих журналистов и публицистов РК, тематические выпуски.

Однако веб-сайты «TheGuardian» и «gazeta.kz» имеют как множество сходств, так и различий. К примеру британский веб-сайт, также как и казахстанский имеет рубрики «новости», «спорт», «культура», «бизнес» и «работа». Но несмотря на все схожие стороны, каждая из рубрик обладает характерными особенностями.

Рубрика «спорт» на сайте «TheGuardian» направлена не только на новости Британии, но и на мировые спортивные новости, по сравнению с казахстанским порталом, как известно Казахстан славится патриотическим настроем, и именно поэтому портал освещает только казахстанские спортивные новости. Рубрики, целевой аудиторией которых в основном преобладают женщины, «Леди» в «gazeta.kz» и «жизнь и стиль» в «TheGuardian» отличаются в структуре. На казахстанском сайте обобщенно в одной закладке освещаются новости, касающиеся моды, красоты, здоровья, в то время как на британском сайте более подробно описываются все те же направления. «Gazeta.kz» имеет дополнительные рубрики, такие как: автомобили (ситуация на казахстанских дорогах, дорожные новости), кинотеатры (расписание фильмов в разных кинотеатрах). Наиболее важным направлением в «Gazeta.kz» является рубрика «Статьи», так как здесь публикуются статьи прославленных журналистов и публицистов.

Каждому веб-сайту свойственно своя направленная среда и область изученности, но в свою очередь, главной задачей остается осведомление общества информацией о мировых проблемах.

Анализ веб-журналов на примере журнала «Перемены» и «Nationalgeographic»

«Перемены» — веб-журнал гуманитарной, культурологической направленности с широким охватом тем: от моды и современного искусства до литературы, путешествий и религии. Основан в марте 2005 года. Позиционирует себя как «Толстый веб-журнал XXI века». По словам редакторов издания, большинство его обновлений не привязаны к конкретному времени и с интересом будут читаться как сегодня, так и через лет семьдесят, и таким образом «Перемены» является медиа, в котором в качестве актуального временного цикла принята не еженедельность, ежемесячность или ежегодность, а периоды гораздо больших масштабов — например, столетие. В журнале публикуется эссеистика, интервью, художественная литература (рассказы, романы, повести), поэзия, популярные статьи об исторических личностях, которых авторы считают «Людьми Перемен», большие рассказы о путешествиях и авторские фотографии соответствующих мест.

Главный редактор — Глеб Давыдов. Среди постоянных авторов «Перемены» — художник и писатель Максим Кантор, физик Олег Доброчеев, эссеист Олег Давыдов, киновед Игорь Манцов, а также Виктория Шохина, Андрей Девятов, Андрей Тесля, Дима Мишенин, Александр Головков. В разное время с журналом сотрудничали Александр Карасёв, Лев Пирогов, Илья Миллер, Илья Кормильцев и другие. Публикации часто имеют выраженный эзотерический, философский и психоаналитический контекст, связанный как с Китайской Книгой Перемен, так и со школой фрейдистского и юнгианского психоанализа. Для многих публикаций характерен уклон в гонзо-журналистику. В издании есть довольно много публикаций о религиях и мистических учениях. Как сказано на сайте издания, основной интерес создателей и авторов журнала «Перемены» — это «способы энергетических взаимодействий. Причём интерес этот проявляется у авторов «Перемен» в самых разных областях познания этих способов — от интеллектуального и научного до интуитивного и мистического. Журнал «Перемены» — о непрерывном процессе (и процессах) взаимодействий разнообразных энергий и о способах проявлений этих взаимодействий на разных уровнях и в разных областях жизни человека и мира». Журнал также включает в себя несколько авторских и коллективных блогов, которые создатели называют блог-книгами.

Журнал National Geographic (англ. *National Geographic Magazine*, «Нэшнл джиогрэфик мэгэзин») — официальное издание Национального географического общества, основанное в октябре 1888 года. Журнал издаётся в нескольких странах и на разных языках. Журнал специализируется на статьях о географии, природе, истории, науке и культуре. Материалы снабжаются большим количеством фотографий. Первый выпуск журнала National Geographic вышел в свет в октябре 1888 года, через девять месяцев после создания Иационального географического общества. Изначально журнал представлял собой научное издание с минимумом иллюстраций. Современный вид с большим количеством иллюстраций и популярным стилем журнал приобрёл в 1905 году, когда в нём был опубликован репортаж о Тибете, включавший большое количество первых в мире фотографий загадочной и неизвестной в то время страны, из двух независимых экспедиций ученых-востоковедов Гомбожаба Цыбикова и Овше Норзунова.

С октября 2003 года журнал издаётся на русском языке («National Geographic Россия»), а с марта 2013 года — на украинском.

Анализ мультимедийной информации - широкое и стремительно развивающееся направление исследований и разработок, которое находится на «переднем крае» науки в области развития информационных Интернет-технологий. Имеются основания предполагать, что в ближайшие годы данное направление будет наиболее интенсивно развиваться в области разработки компьютерных интеллектуальных систем понимания мультимедийной информации в 3D Social Networks и 3D Internet TV.

Список литературы:

1. Zhang Z., Zhang R. Multimedia Data Mining: A Systematic Introduction to Concepts and Theory. N.Y.: Chapman & Hall/CRC, 2008.
2. Rouet J., Lowe R., Schnotz W. Understanding Multimedia Documents. Berlin.: Springer, 2008.
3. Hassanian A., Abraham A., Kacprzyk J. Computational Intelligence in Multimedia Processing: Recent Advances. Berlin.: Springer, 2008.
4. Gong Y., Xu W. Machine Learning for Multimedia Content Analysis. Berlin.: Springer, 2007.
5. Camastra F., Vinciarelli A. Machine Learning for Audio, Image and Video Analysis: Theory and Applications. Berlin.: Springer, 2007.
6. Hobson P., Kompatsiaris I. Semantic Multimedia and Ontologies: Theory and Applications. Berlin.: Springer, 2007.
7. Petrushin V., Khan L. Multimedia Data Mining and Knowledge Discovery. Berlin.: Springer, 2006.
8. Perner P. Data Mining on Multimedia Data. Berlin.: Springer, 2004.

Досан Баймолда,
Философия докторы-PhD,
Абай атындағы ҚазҰПУ-нің профессоры

ҰЛТТЫҚ ИДЕЯ ЖӘНЕ ҚАЗАҚ ТІЛДІ ШЕТЕЛ РАДИОЛАРЫ

Ұлттық идеяның қажеттігін, онсыз ұлт нағыз ұлт болып қалыптаса алмайтынын кезінде Ахмет Байтұрсынұлы, Әлихан Бөкейханов, Мұстафа Шоқай сынды Алаш көсемдері айтып осыны ту етіп көтерген болатын. Кешегі келмеске кеткен Кеңес империясының қабырғасы сөгіліп, Қазақ елі дербес ел ретінде тәуелсіздігін әлемге алғаш жариялаған күннен бастап ұлттық идея мәселесі тағы көтеріле бастады.

Қазақстан тәуелсіздігінің 20 жылдығы қарсаңында «Ұлттық идея – біртұтасы қазақ идеясы» деген жақсы ой-пікірлер көптің көңілінен шықты. «Сондай-ақ ұлттық тіл болмайынша, ұлттық идея болуы мүмкін еместігі» бүгінгі күннің өмір шындығына айналып отыр. Бүгінгі күні қазақ халқының үштен бірі өз тарихи отаны – Қазақстаннан тысқары жерде өмір сүріп жатқанын ескерер болсақ, қара шаңырақ Қазақ елі мен шетелдегі қандастардың рухани және мәдени салада бірігуі мәселесінде ақпараттың рөлі өте үлкен әрі күшті болып отыр. Әлемнің 40 шақты елінде өмір сүріп жатқан осы 5 миллиондай қандастарымыз Қазақстанның күнбе-күн жаңалық хабарларын қазақ тілінде естіп тыңдай алуы, олардың рухани тұрғыдан қажеттілігі екендігі түсінікті. Сондай-ақ тәуелсіз Қазақстанды әлем елдері толықтай танып, оның абырой беделі халықаралық сахнада барған сайын өсіп бара жатыр. Осы жағдайларды ескеріп әлемнің бірқатар мемлекеттері бұқаралық ақпарат