ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
80 ЖЫЛДЫҒЫНА АРНАЛҒАН

«КОММУНИКАЦИЯ БӘРІНЕ: ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ИДЕЯЛАР МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ БАСҚАРУ ӨНЕРІ» АТТЫ

I ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ КОММУНИКАЦИЯ ҚЫСҚЫ МЕКТЕБІ

30 ҚАҢТАР -1 АҚПАН 2014 ЖЫЛ

ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК ҚҰРАЛ

Организация Объединенных Наций по вопросам образования науки и культуры

ТУРАН УНИВЕРСИТЕТІ

МЕДИАСФЕРА

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
80 жылдығына арналған
«КОММУНИКАЦИЯ БӘРІНЕ: ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ИДЕЯЛАР МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ БАСҚАРУ ӨНЕРІ» атты
І халықаралық журналистика және коммуникация қысқы мектебі

30 қаңтар - 1 ақпан 2014 жыл

Оқу-әдістемелік құрал

***

I международная зимняя школа журналистики и коммуникации
«КОММУНИКАЦИЯ ДЛЯ ВСЕХ: ИСКУССТВО УПРАВЛЯТЬ КРЕАТИВНЫМИ ИДЕЯМИ И ТЕХНОЛОГИЯМИ»,
посвященная 80-летию Казахского национального университета имени аль-Фараби

30 января - 1 февраля 2014 года

Учебно-методическое пособие

Алматы
«Қазақ университеті»
2014

ӘОЖ 654
КБЖ 32.88
К 53

Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті журналистика факультетінің Ғылыми кеңесі шешімімен ұсынылған

Пікір жазғандар:
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің деканы, ф.ғ.д., профессор ***Ө. Әбдиманұлы***
Қазақстан Республикасының БҰҰ Ақпараттық бюросы басшысы ***В. Самек***

Жалпы редакциясын басқарған
саяси ғылымдарының докторы, профессор ***Г.С. Сұлтанбаева***

К 53 Коммуникация бәріне: шығармашылық идеялар мен технологияларды басқару өнері: әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің 80 жылдығына арналған I халықаралық журналистика және коммуникация қысқы мектебі. 30 қаңтар - 1 ақпан 2014 жыл: оқу-әдістемелік құрал. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 124 б.
ISBN 978-601-04-0298-0

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің 80 жылдығына арналған «Коммуникация бәріне: шығармашылық идеялар технологияларды басқару өнері» I халықаралық журналистика және коммуникация қысқы мектебі медиа-кеңесшілерінің оқу-әдістемелік материалдары жинақ ретінде ұсынылып отыр.

Оқу-әдістемелік құрал әлеуметтік және гуманитарлық салада дәріс беретін оқытушыларға, сондай-ақ студенттерге, магистранттар мен PhD докторанттарға арналған.

ӘОЖ 654
КБЖ 32.88

ISBN 978-601-04-0298-0

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2014

МАЗМҰНЫ

1. Ибраева Г.
Инфографика и визуализация в журналистике данных............................ 3

2. Ахметова Л.С.
Работа со СМИ.. 20

3. Abazov R.
Internet tools for journalists
Интернет –инструменты для журналистов.. 39

4. Сұлтанбаева Г.С.
Коммуникация бәріне немесе әлқисса ретінде... 44

5. Велитченко С.Н.
Интервью на телевидение и радио. 51

6. Ложникова О.П.
Коммуникативная культура и СМИ.. 68

7. Данченко А.А.
Репортаж, информационный сюжет, спец репортаж:
искусство перевоплощения журналиста в режиссера-оператора 77

8. Кәкібаланов С.
Интернет-басылымға видеорепортаж дайындау...................................... 88

9. Абрайым А.
Фототүсірілім.. 92

10. Бұхарбаев М., Ақынбекова А.
Радиобағдарламаларды тікелей эфирде жүргізу шеберлігі 103

11. Азанбек Е., Құдайберген Қ.
Public relations бүгін 109

12. Әлімжанова Ә.
Интернет журналистикада жаңа технологияларды оқыту әдістері 117

Оқу басылымы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
80 жылдығына арналған
«Коммуникация бәріне: шығармашылық идеялар мен
технологияларды басқару өнері» атты
I халықаралық журналистика және
коммуникация қысқы мектебі

30 қаңтар - 1 ақпан 2014 жыл

Оқу-әдістемелік құрал

ИБ № 7057
Басуға 28.01.2014 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16. Көлемі 7,68 б.т.
Офсетті қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс №47. Таралымы 50 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Қазақ университеті»
баспасы.050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспаханасында басылды.

Сұлтанбаева Г.С.

КОММУНИКАЦИЯ БӘРІНЕ НЕМЕСЕ ӘЛҚИССА РЕТІНДЕ

«Коммуникация бәріне...»

Журналистика және Коммуникация қысқы мектебі бас тезисіне алған ұран – осы. Ақпарат үстемқұрған қоғамда, ақпарат басты құндылық саналған дәуірде коммуникация тек байланыс, қарым-қатынасықұралы емес, сондай-ақ өнерге айналыд. Білім қоғамы жаңа талаптар қоюда. Шығармашылық идеяларды игеру, инновациялық технологиялардытиімді орындау - қоғамның барлық саласын дамытатын басты генераторға айналды. Әлемде ғылым мен техника дамыған сайын. Коммункиациялық байланыстың формасы, технологиясы, техникалық мүмкіндігі қарыштап дамып кетті. Дегенмен коммуникацияны өнер ретіндегі сиқыры неде? Оның ұлттық үлгісі мен калориті қандай болмақ? Коммункиация жаһандық қатер-сынға төте бере ала ма? Әу, баста «ақпарат», бертін келе «білім» қоғамының тірегі жаңа іліммен білім, ғылыми жаңалықтар мен жаңа әзірлемелерге негізделсе де, түптің түбінде ол адамдар, ұйымдар, қоғам, ел ішіндегі, халықтар арасындағы қарыс-қатынас көпірі. Аламзат өркениетіне, мәдениетіне диалогына апаратын «ақылды алаңға» айналды.

Кейстің мақсаты:

- жаһандану процесіндегі коммуникация өнерінің орны, рөлі, атқаратын міндетін түсіндіру;
- ғаламдық үрдістерде коммуникация индустриясының бүгінгі бейнесі, тыныс-тіршілігі, даму тенденцияларын айқындау;
- тәжірибелік қызметті негізге ала отырып, теориялық материалдарды меңгеру;

Міндеттері:

- халықаралық коммункация желілерінің қалыптасу тенденцияларын айқындау;
- ұлттық коммуникацияның аспектілерін сипаттау.

Алдымен коммуникация өнерінің кейбір тенденцияларына тоқталсақ.

Қазіргі өркениетті әлемде коммуникация дамуының ең қызықты тенденциясының бірі – жер шарының әрбір түкпіріндегі тапсырыс берушілеріне қызмет көрсету үшін PR-дың жаһандануы болып отыр. Бұл үшін трансұлттық алыптардың қажеттіліктеріне жауап беретін халықаралық желілер құрылуда. Түрлі ұлттық нарықта жұмыс істеуші компанияның тәжірибесінен байқалатыны олардың барлық жерде өз беделін қолдау қиынға түсетіндігінде. Кейде қоғаммен байланыс бөліміне маман таңдау көбінде үлкен проблемаға айналуда.

Трансұлттық компаниялар өз қызметкерлерінен тек жергілікті нарықты білуін талап етуімен қатар, олардан бас кеңседе дайындалып, өңделген жергілікті стратегия жағдайындағы халықаралық коммуникацияға икемделуін

де талап етеді. Бұл талап белгілі бір елдің мәдени ерекшеліктеріне сәйкес келетін компанияның басты хабарламасын (мессидж) жіберу болып саналады.

Осы проблеманы белгілі бір холдингтік компания агенттігі қызметіндегі немесе тәуелсіз агенттіктер тобы қызметіндегі, немесе компанияның PR-бөлімдері желісі қызметіндегі PR-желілер өз жауапкершілігіне алуда. Тұтас желіге тек PR-агенттіктердің (немесе PR-бөлімдердің) ұйымдастырушылық құрылымдары ғана емес білім беру саласы да бірігуде.

Бұл осындай желі ішінде қызметкерлерді оқыту жүйесі халықаралық стандарт бойынша әлемдік масштабта және нақты бір аймақтың ұлттық «келбетіне» сәйкес жергілікті деңгейде ойлап, жұмыс істей алатын кәсібилерді дайындауды білдіреді. Халықаралық PR-дың шетелдік алыптары (голландықтар қоғаммен байланыстың осы саласында өздерін алдыңғы қатарда санайды) қазіргі заманғы жаһандық талаптарға сай келеді.

АҚШ, Европалық кеңес елдері, Ресей, Қазақстан және трансұлттық корпорациялардың PR-коммуникациясының халықаралық ынтымақтастық аспектілері әр ұлттық менталитеіне сай дамуда. Европа елдеріндегі PR-ынтымақтастығының түрлі аспектілері мен жаһандық дамудағы алуан көзқарастардың карама-қайшы келуі жағдайындағы халықаралық байланыстар технологиясы айқындалады. Жаһандық дамудағы түрлі көзқарас былайша сипатталады: жаһандану (PR-технологиялардың ерекшеліктері мен стандарттары) және ұлттық ерекшелік (нақты елдің өзіне тән қоғаммен байланыс технологияларының жетілуі мен олардың трансұлттық корпорацияларға тәуелсіздігі және АҚШ кәсіби қауымдастығының PR-стандарттары).

Жаһандану және коммуникация

PR технологияның қазіргі заманғы жай-күйі заманауи құбылыс – жаһанданудың қоғаммен байланысқа әсері туралы алуан пікірлер айтылуда.

Бүгінгі PR-ға жаһандану әсер етуде. Яғни бұл процесс оның теориясына, тәжірибесіне, тәсілдері мен нәтижелеріне де ықпалын тигізуде деген сөз.

Жаһанданудың не екенін талдау, оның PR-ға қауіп қатері бар ма деген сауалдар бойынша әр елдің мамандары жыл сайын түрлі ресми басқосуларда жиылып, талдап, ойларын бөлісуде.

Жаһандану - елдердің әлемдік қауымдастыққа бірлесу процесі. Бұл экономикалық, территориялық, саяси және т.б. себептермен әлем елдері, ұйымдары, компанияларының жергілікті қауымдастыққа бірігу процесі. Олардың инрфақұрылымдары қауымдастықты да, байланысты да нығайта түсетін өзара бірігуге ұшырайды. Осы тұтас механизм әлемдік ауқымда бірігуде үздіксіз ұмытылыста болады.

Жаһандану және PR.

Неге әкелуі мүмкін? Қоғаммен байланысқа жаһанданудың айтарлықтай әсері бола ма? Бүгінде PR саласында халықаралық ұйымдар құрылып, олардың жұмысы белсенді дамуда. Олардың ішінде Паблик рилейшнз халықаралық ассоциациясы - International Public Relation Association (IPRA), Американдық зерттеу және әдістемелік орталығы, АҚШ-тағы Флорида штатының Паблик рилейшнз институты - The Institute for Public Relations, University of Florida,

Activity 3. Execution of the strategy and plans (Group work)

Упражнение 3. Выполнение стратегии и планов (работа в группах)

Discussing and identifying the best media tools to achieve best publicity for the workshop "COMMUNICATION FOR ALL: The art of managing creative ideas and technologies"

Обсуждение и выявление лучших инструменты СМИ для достижения лучшей ПР для первой международной Зимней Школы по Журналистике и Коммуникации - «Коммуникация для всех: искусство управлять креативными идеями и технологиями».

***

Султанбаева Гулмира Серикбаевна - доктор политических наук доцент, литературоведение.

Тема диссертации: Тема кандидатской диссертации – «Саттар Ерубаев – журналист, публицист», 1998 Тема докторской диссертации – «Политическая коммуникация в средствах массовой коммуникации: зарубежный опыт и Казахстан», 2010

Награды, звания: Государственная стипендия для талантливых молодых ученых МОН РК, 2006-2008; Государственная научная стипендия для ученых и специалистов, внесших выдающийся вклад в развитие науки и техники МОН РК, 2013-2014;

Обладатель гранта Министра МОН РК Грант «Лучший преподаватель года – 2009»; Награждена медалями Министра МОН РН и Общественного Фонда имени М. Тынышбаева – 2010

Должность: Заведующая кафедрой печати и электронных СМИ КазНУ имени аль-Фараби

Научная биография:

1994-1997 – аспирант кафедры периодической печати факультета журналистики КазГУ им.аль-Фараби; 1997-1998 – ведущий инженер отдела научно-технической информации научно-исследовательская часть КазНУ им.аль-Фараби; 1998-1999 – начальник отдела сопровождения научно-технических программ; 2001-2002 – ведущий специалист отдела международных

программ и информационного обеспечения; 2003 – зам.декана по воспитательной работе; 2004 – доцент кафедры Менеджмента СМИ и рекламы; 2010 – 2011 заведующая кафедрой телевизионной и радио журналистки КазНУ имени аль-Фараби; 2012 – в.н. профессор кафедры печати и электронных СМИ факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби; 2013 – в.н. заведующая кафедрой печати и электронных СМИ. 2013 – член-корреспондент Российской Академии Естествознания 2010 – 2012 консультант студенческого интернет радио Аль-Фараби 2011, 2012, 2013 – координатор студенческого творческого конкурса «Мультимедийный журналист»; 2011, 2012 – координатор конкурса тележурналистов, посвященный Бейбита Кусанбека; 2011, 2012, 2013 – координатор студенческого телефестиваля, организованных в рамках Барманкуловских чтений; 2013 – координатор студенческого творческого конкурса в рамках Кожакеевских чтений; 2013 – научный руководитель студенческой экспедиции «Қазақ елі».

По гранту ЮНИСЕФ приняла участие в работе Юношеской Восьмерки для освещения глобальной встречи, которая проходила в г.Санкт-Петербург 9-19 июля 2006. Являлась Национальным консультантом-эдвайзером МОТ ИПЕК 2006.

Руководитель научных тем: «Основные направления развития науки в Казахстане и перспективы», 2007-2009; «От интеллектуальной нации – к интеллектуальному потенциалу: разработка технологии информационно-коммуникативных воздействий на массы» в рамках государственной программы «Интеллектуальный потенциал страны», 2012-2014 гг.; «Разработка гуманитарных технологий в формировании общественного сознания гражданина интеллектуального общества» в рамках государственной программы «Интеллектуальный потенциал страны», 2012-2014 гг.

Автор и редактор Гуманитарного исследовательского веб-проекта – www.intelligent.kz

Курс повышения квалификации в University College London, 14-26 апреля 2008; XI Международная летняя школа журналистки Санкт-Петербургского Государственного университета 25 июня – 1 июля 2008 Курс повышения по мультимедиа в г. Прага TOL Transitions, 23-29 января 2011,; Курс повышения в Гонгонкском Баптийском университете, 2012 — 19-27 ноября, 2013 – 4-14 ноября; Всемирный конгресс администривание и политология, Анталия, 29 ноября – 1 декабря, 2012; Всемирная конференция по Социологии и Психологии, Анталия, 30 ноября – 2 декабря, 2012; Международная конференция по Инновациям и Образования, Дубай, 22-23 октября, 2013; Международные конференции, проведенные в рамкмах программы «20-летие дипломатических отношений Казахстан-Польша» в городах Слубицы, Торунь, Краков, 7-17 февраля, 2013.

***

• PR-дың жаһандық даму тарихының келесі тенденциясы - интеграциялық коммуникация кезеңі болып саналады.

• PR-дың жаһандық даму тарихының келесі тенденциясы - жаһандaнудың PR-ды қолдану мен білім беруге тигізген әсері болатын.

• 90-жылдардың басы нағыз технологиялық, әсіресе компьютер саласында жарылыс кезеңі деп саналды. Жетістіктерімен қатар бірқатар келеңсіздіктер тудырған «ақпараттық магистраль» ұғымы пайда болды.

• Қазіргі заманғы дамушы және демократия елдерінде азаматтардың араласуына, саяси, экономикалық шешімдер қабылдауында PR тәсілдері қажет болғандықтан шет елдердегі PR-қызметіне сұраныс ұлғайып, білім берудің қажеттілігі туындауда.

Әлемдегі оқиғалардың қызу дамуы жаһандық коммуникация талаптарына сәйкес келетін PR-мамандарына жаңа нарықтар мен жаңа мүмкіндіктер ашылып, жаңа Тәуелсіз Достастықта жұмыс істеуге мүмкіндіктер туды.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Ұлттық коммуникация индустриясы дамуына арналған жоба әзірлеңіз.
2. Қоғаммен байланыс сайттары және кәсіби FORUM-дар жайлы электронды каталог әзірлеңіз.
3. «Ең үздік ұлттық PR-науқанын» анықтаңыз
4. «Жаһандық коммуникация дәуірі» эссе жазыңыз
5. «Интеграциялық коммуникация» тақырыбына визуалды әдістермен инфографика сызыңыз.
6. Қазақстандағы Ұлттық қоғаммен байланыс қызметіне кейс әзірлеңіз.

Әдебиеттер тізімі:

1. Ньюсом Д., Ван Слейк Терк, Д.Куркеберг. Все о PR. Теория и практика Паблик рилейшнз. 7-е издание. –М: Изд.дом «Инфрма-М», 2001. -166 с.
2. Online Public Relations http://www.online-pr.com
3. Campaigns. Critical Studies in Mass Communication, 6(1989), pp. 295-314.
4. Andreas Rossbach. Marketing and Public Relations in the International and Domestic Markets of North American Service Companies: Partners or Adversaries, Texas Christian, August, 1987.
5. John Pierson. Political Statements Take Graphic Form. Wall Street Journal, 1990, 24 September, B1.
6. PR Strategies Staff, Foreign Buy-outs of U.S.Companies Set up New PR Challenge, PR Strategies 1(1) (February 1-15, 1988), p.4
7. Carolyn Cline, Hank Smith, Nancy Johnson, Elizabeth Lance Toth, Judy VanSlyke Turk, and Lynne Masel Walyers. The Velvet Ghetto. San Francisko: IABC Foundation, summary report, 1986.
8. Richard Morin. And How Did the Voters Judge the Media. Washington Post National Weekly Edition (Decemder 5-11, 1994), p.37.
9. Edward L. Bernays, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Quebec, Kanada, August 6, 1992.

***