



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

Ғылыми редакторлар:

филол.ғ.д., профессор *Әбдиманұлы Ө.*
филол.ғ.д., профессор *Шыңғысова Н.Т.*

Жауапты редактор
филол.ғ.к., доцент *Аргынбаева М.*

Техникалық редактор
Мамырова К.С.

«Медиабілім беру және киберәлеуметтену» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 25 ақпан 2014 ж. жауапты ред. М.Х. Аргынбаева. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 251 б.

ISBN 978-601-04-0341-3

Бұл ғылыми еңбектер жинағына Қазақстандағы медиасауаттылық және журналистік білім берудің өзекті проблемалары, білім беру, ғылым және өндіріс: ықпалдасу жолдары, барлық деңгейдегі орта және кәсіптік білім беру жүйесіндегі медиақүзреттіліктің дамуы, медиабілім беру және қоғам, ҰЕҰ-ның медиабілім беруге қосқан үлесі, әлеуметтік мәдени өртүрлілік: ұлттық бірегейлікті сақтау мәселелері туралы жазылған ғылыми мақалалар енгізілді. Ғылыми жинақ PR-мамандарына, журналистерге, ізденуші ғалымдарға және көпшілік оқырманға арналған.

ISBN 978-601-04-0341-3

© ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы, 2014
© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2014

МАЗМҰНЫ

Абдиманұлы Ө., Аргынбаева М.Х. Мифологическое пространство повести 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. Идеология противостояния в демагогических текстах 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., Абилдаева Г., Ахметов Е., Баймагамбаева М. Сравнительно-сопоставительный анализ зарубежных и казахстанских web-журналов.....	75
Досан Баймолда Ұлттық идея және Қазақ тілді шетел радиолары	78

correlation. Only socially relevant themes in regional media can become the object of interest of the audience.

Information-communication media texts, retaining the integrity of the genre, undergo evolutionary change.

In regional media have such media texts as a promotional certificate encyclopedic information, expert advice, as well as interactive, monologue, recreational ways of communication (transmission, announcements, etc.). Newspaper vocabulary will also vary according to the time. Stylistics newspaper publications became more expressive, tough.

Depending on the level of development of the region raised relevant social, economic problems of society. Peculiarities of the geographical location, economic growth, development of communication technologies and communications, and national demographic situation in the region directly affect the content of the print media, require highly skilled preparation of regional journalists.

The most important condition for the development of regional media, their of competitiveness, quality execution of journalism (including advertising) material, socio-economic and fill them effectively influencing public opinion are innovative and interactive methods and technologies.

In journalism there is a regional school journalist worthy skill that differs professionalism, sensitivity to the needs of readers, established traditions.

Modern media market dictates the following requirements for the media - the presence verified marketing strategy, effective advertising and media services, of course, high-quality journalistic material. Information policy of regional media activity editorial staff, journalists should be directed to the timely coverage of the society, economy, politics and social change.

Foreign media are trying, often successfully, to win the media space of Kazakhstan and, therefore, the public consciousness of Kazakhstan. In this regard, before the regional media has an important task to defend their own information space, using modern communication technology, developing the Kazakh media market. Now there are private media holdings, new communication platforms that combine financial flows for effective media work.

Kazakh regional media began to use market mechanisms, such as the development of their own promotional activities, as well as new technologies of communication - telephone hotlines, meeting with readers, audience polls, etc.

Kazakh regional editions differ integrity audience versatile and deep coverage of local news and events.

The used literatures:

1. Pocheptsov GG Public relations professionals. - M.: Refl beech Vakler, 2000. - P.175.

2. Sheepskins VV The evolution of mass media // Journalism in 2007: media in the global transformation of the social environment: Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference. - Moscow, 2008. - S. 86.

Султанбаева Гулмира Серикбавна
доктор политических наук,
профессор КазНУ им. аль-Фараби
Велитченко Светлана Николаевна,
Кандидат филологических наук,
профессор РАЕ

СТРАНОВОЙ БРЕНДИНГ КАЗАХСТАНА КАК ВОПЛОЩЕНИЕ ОНТОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Настоящее исследование «Разработка гуманитарных технологий в формировании общественного сознания гражданина интеллектуального общества» определяет глобальным вектором развития гуманитарных технологий поиск эффективных способов воздействия на человека с целью его изменения, возрастанием роли духовных ценностей в условиях перехода к информационному этапу развития цивилизации. Сегодня мировые научные исследования изучают глобальные явления в сфере

Ғылыми басылым

**«МЕДИАБІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ КИБЕРӘЛЕУМЕТТЕНУ»
атты халықаралық
ғылыми-тәжірибелік конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ**

25 ақпан 2014

ИБ № 7125

Басуға 24.02.2014 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16. Көлемі 20,58 б.т.
Офсетті қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс № 245. Таралымы 80 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Қазақ университеті» баспасы.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспаханасында басылды