

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТІ



Қазақстан 2050

III ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 4-15 сәуір, 2016 жыл

Студенттер мен жас ғалымдардың

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты халықаралық ғылыми конференциясының

МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 11-13 сәуір, 2016 жыл



III МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-15 апреля 2016 года

МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции
студентов и молодых ученых

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

Алматы, Казахстан, 11-13 апреля 2016 года



III INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-15 April, 2016

MATERIALS

of International Scientific Conference
of Students and Young Scientists

«FARABI ALEMI»

Almaty, Kazakhstan, 11-13 April, 2016

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика факультеті
Факультет журналистики



III ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2016 жыл, 4-15 сәуір

Студенттер мен жас ғалымдардың
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ» атты
халықаралық ғылыми конференциясының

МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2016 жыл, 11-13 сәуір

III МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-15 апреля, 2016 г.

МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
Алматы, Казахстан, 11-13 апреля, 2016 г.

III INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-15 April, 2016

MATERIALS

Of International Scientific Conference of Students
and Young Scientists
«FARABI ALEMI»
Almaty, Kazakhstan, 11-13 April, 2016

Алматы
«Қазақ университеті»
2016

Акимбекова А. Контент-анализ реакции аудитории стран СНГ на фильм «Он и она» (Казахстан)	38
Ахметов М. Отечественный рынок интернет-ТВ: особенности, проблемы и перспективы развития.....	40
Ахметов М. Преимущества и перспективы онлайн-телевидения	41
Бектай К. Методика подготовки репортажа с массовых мероприятий. Исследовательский проект	42
Болатова А. О регрессе, самообразовании и чтении	42
Болатова М. Интерактивность как тенденция в развитии интернет-вещания	43
Ерняязова А. Понятие «конвергентный журналист»	44
Ильчибаева А. Журналистское образование в современных реалиях	45
Кайрат Т. Проблема освещения культуры в средствах массовой информации	46
Калтаева А. Контент-анализ характера публикаций о сегетовом маркетинге в казахстанских СМИ	47
Карпова К. Интернетизация казахстанского телевидения: перспективы развития	48
Красикова В. Заголовки в СМИ как главная составляющая журналистского материала.....	49
Куспанова К. Контент-анализ передачи «Человек и закон» на предмет выявления спорных методов сбора информации	50
Лейман Е. Особенности взаимодействия с аудиторией на примере печатных зарубежных СМИ	51
Малтабаров М. Анализ казахстанских и российских новостных передач	51
Нургазиева Г. Популяризация социального значимого проекта «1000-летие Алматы» посредством ТВ-интервью	53
Пак Р. Влияние России на Казахстан: вектор медиaprостранства.....	53
Райысова А. Интервью как способ поддержания имиджа личности. Контент-анализ	54
Салапаева У. Казахстанский бизнес на примере журнала Forbes Kazakhstan.....	55
Сугрбаев М. Журналы мод в системе современных печатных СМИ	56
Сыздыкова Э. Женская личность в СМИ	57
Токсанова С. Художественно-публицистические жанры тележурналистики	57
Уткелбай А. Актуализация молодежных предпочтений посредством СМИ. Телепроект «От «А» - до «Я»	58

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС

Aminata Aisha Uedraogo. Environmental journalism in the space of modern communications in Western Europe and America	59
Aminata Aisha Uedraogo. Interpersonal communication and Media	60
Абдунасыр Ж. Әл-Фарабидің философиялық трактаттары	60
Аймақова Ә. Дағдарыс кезіндегі PR	61
Ақпанбетова А. Жаңа медианың дамуы	62
Асанова Н. Саяси PR.....	63
Әбілдашева С. Білім беру саласындағы PR	63
Әлиева Ф. Журналистік зерттеу	64
Бурахан А. Журналистің өзіндік стилі.....	64
Жолдыбай О. Журналистердің қауіпсіздігі	66
Капарова Е. Әскери қақтығыстарды таратудағы БАҚ-тың манипуляциялық мүмкіндіктері.....	66
Қадыржан Ф. Қазіргі журналистикадағы психология аспектілері. Шетелдік тәжірибе	67
Қалитова А. PR қызметінің әр алуандығы.....	67
Мақұлбекова С. Медиабілім берудің Қазақстандағы журналистік білім берумен ықпалдасуының әлемдік тәжірибесі.....	68
Мұсаева Б. Сел қаупінен сақтайтын құрылымы.....	69
Нұрбекова А. PR-дағы маркетингтік зерттеулер	69
Нышанбай Н. Азаматтық журналистика – блогерлер назарында	70
Отарова Ж. Инновациялық PR-құралдар	70
Рахымжан М. Қазақ радиосы: әлем алдындағы беделі мен ұстанымы.....	71
Смаков Д. ОАР журналистикасы хақында	72
Сүлеймен Д. Тақырып таңдаудағы талғампаздық	73
Төленді А. Саяси тақырыптарды журналистік зерттеу	74
Элубаева А. Қоғаммен байланыс саласы.....	75

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Абдоллаева А. Антикризисный PR для авиакомпании «SCAT»	76
Абдимаева А. Восприятие рекламы и отношение к ней молодежи	77
Абдусалымова Э. Р. Инфографика в интернет СМИ: международный опыт.....	78
Айгараева Д. Технологии проведения традиционных PR-акций	79
Айгараева Д. Интернет-журналистика как новый виток в развитии отечественных СМИ.....	80
Айгараева Д. Актуальность стратегических PR-продуктов в условиях кризиса.....	80
Алиева Х. Оппозиционная журналистика.....	81

подать действительно стоящую идею, которая со временем будет развиваться с неуклонной скоростью и набирать живую аудиторию. Так у меня возникла идея создания группы GoFreak – первого в Казахстане проекта нетрадиционных советов-вайнов. Вайн (Vine) – видео-ролик длительностью 6 секунд, снимается с помощью приложения vine на телефон.

На просторах казахстанского инста-мира существует большое количество вайнеров, и шанс выжить среди конкурентов маловероятен. Но я рискнула. Собрала команду из четырех близких друзей и озвучила им цель, которую они сразу поддержали. Самым сложным было найти видеооператора, но благодаря моему другу Мурату Жумамурату, проблема была исчерпана: дал согласие быть видеооператором команды наш общий друг Кубха Самим. Мурат, Тастан Жандос и я стали главными действующими лицами вайнов.

Официально проект был запущен 21 декабря 2014 года. Выложив первый вайн, нам удалось вызвать интерес у пользователей. Количество подписчиков росло очень медленно, так как не было грамотно продуманной рекламной кампании. Чтобы проект набирал популярность, в сутки нужно выкладывать как минимум один пост. Наша команда столкнулась со следующими проблемами: плохой тайм-менеджмент; отсутствие средств на рекламу и на съемки новых роликов; сложная психологическая атмосфера в команде. Подписчики GoFreak часто интересовались, когда выйдет следующий вайн, но, не дождавшись, отписывались. В общей сложности мы отсняли и опубликовали семь вайнов.

Самым сложным для меня оказалось руководство процессом съемок и поиски средств для последующих роликов. Важный момент – психологические взаимоотношения внутри команды. Когда работаешь с друзьями, руководство дается сложнее, так как вынужден быть тактичным, не можешь повысить голос и умалчиваешь о некоторых моментах, чтобы никого не обидеть. Наш оператор, закончив учебу, уехал в другую страну. Команда потихоньку распадалась. Осознав, что у проекта на тот период не было будущего, мне пришлось его закрыть.

Получив первый опыт ведения проекта в социальной сети Инстаграм, я сделала очень важные выводы, которые дали толчок на создание беспроигрышной идеи. Благодаря тому, что я увлекаюсь фотографией и у меня есть профессиональный фотоаппарат Canon 60D, идея стала вполне реальной.

Passer_Kz - первый казахстанский проект профессиональной фотосъемки прохожих. Идея создания проекта возникла в начале июня 2015 года. Основан он на растущей потребности людей получать профессиональные, качественные фотографии за минимальную сумму. Проект Passer_Kz предоставляет им такую возможность. Тем более сегодня, с появлением социальных сетей, когда фотосъемка становится неотъемлемой частью жизни многих. Посредством фотографий люди делятся информацией о себе, подробностях личной жизни, путешествиях и других событиях.

Изюминка заключается в том, что любой желающий может почувствовать себя моделью, позирующей для глянцевого журнала. Особенности проекта: за одну фотосессию, участник получает не менее 50-и фотографий; индивидуальный подход; исходя из образа, для каждого участника подбирается специальное место для проведения фотосессии; возможность выбора фотографий.

Для разработки проекта мне понадобилось полгода. Официально проект стартовал 26 сентября 2015 года. Изначально идея была нацелена на обычную фотосъемку случайных прохожих. То есть, фотограф выходит на улицу, фотографирует людей, которые дают согласие, а затем фотографии выставляются на страницу Passer_Kz. Участие в проекте на тот момент было бесплатным.

Все изменилось, когда одна из участниц @Nurlibekova_ начала интересоваться ценами фотосъемки и условиями участия. Отсюда возникли новые идеи, которые принесли мне первый доход. Я установила первоначальную цену 1000 тенге, используя низкую цену, как PR-ход. Затем, пригласила друзей, студентов факультета журналистики Раилям Якубову, Ернура Досжанова, Данию Утееву, Асель Болатову, у которых в Instagram большое количество подписчиков, чтобы сделать проект известным с помощью их аккаунтов. Этот ход принес мне несколько десятков подписчиков и будущих клиентов, с которыми я уже работала на платной основе. На данный момент проект Passer_Kz монетизируется, находясь в стадии своего активного развития.

Контент-анализ реакции аудитории стран СНГ на фильм «Он и она» (Казахстан)

Акимбекова А.

КазНУ имени аль-Фараби

Научный руководитель: к.ф.н. Мусинова А.А.

Контент-анализ проведен с помощью статистических данных сообщества «Киномания» в социальной сети ВКонтакте, на публичной странице которого 8 ноября 2014 года администраторами

группы был выложен фильм казахстанского режиссера Сакена Жолдаса «Он и Она». Цель контент-анализа – определение реакции на фильм аудитории ближнего зарубежья и непосредственно казахстанцев.

На момент проведения анализа насчитывалось 7 432 665 участников сообщества, 417 817 из которых проживают в различных городах Республики Казахстан. Чуть больше, чем за год фильм посмотрели 38 481 человек, 533 из которых оставили комментарии. Из данного количества были взяты 376 комментариев на предмет рассмотрения в ходе контент-анализа. Исключены 124 комментария, не связанные с темой исследования. Реакция мониторилась благодаря положительным и негативным словам-маркерам, смайлам, стикерам социальной сети, определяющих отношение зрителей к художественному фильму.

В целом фильм казахстанского производства имел успех среди участников сообщества «Киномания», так как из 376 оставленных комментариев, 308 положительных откликов. Данный факт был определен положительными словами-маркерами: «фильм порадовал» (67 упоминаний), «хороший» (53), «отличный» (42), «супер» (33), «всем советую» (32), «молодцы» (21), «понравился» (12), улыбающимся смайликом (12), смайликом с поднятым верх большим пальцем (10), «славный» (8), смайликом со слезами (6), сердечками (4), «шик» (3), «кермет» (2), «на 5» (1), «базар жок» (1), стикером с радующимся щенком (1).

Негативный характер носили 49 комментариев: «не советовал бы» (8), «тупой» (8), «отстой» (5), «позор» (4), «шудный» (4), «зря потерял время» (3), «плагиат-копирка» (3), «ужасная актерская игра» (2), «бред» (2), «мрачный» (1), «шлак» (1), «выколите мне глаза» (1), «ни о чем» (1), комментарии, подмечающие качество работы съемочной группы, сценаристов и различные дефекты в речи актеров (6).

Нейтральный характер носили 20 комментариев, в которых отмечались как понравившиеся моменты, так и рекомендации по улучшению восприятия фильма аудиторией. Например, просьбы заменить саунд-режиссера, но похвала в адрес работы оператора; отмечалась красота главной героини, но утверждалась никчемность сценария; в большей степени оценили игру главного героя, нежели героини, имевшей, по мнению зрителей, проблемы с дикцией и выражением чувств и т.д.

Так как охват аудитории представлял собой страны СНГ, был произведен расчет доли положительных и отрицательных комментариев представителей коренной национальности страны-производителя фильма и представителей других национальностей стран СНГ. Общее число комментариев, оставленных людьми разных национальностей – 207, казахами – 163, а также людьми «без лица», то есть со страниц, не имеющих ни региона проживания, ни полноценного имени пользователя – 7.

Если рассматривать характер комментариев с точки зрения национальной принадлежности аудитории, то 167 положительных комментариев принадлежат представителям разных национальностей, 134 – казахам, 7 – неизвестным интернет-юзерам. При этом, 33 представителя разных национальностей оставили негативные комментарии, 15 казахам также фильм не понравился. Нейтральную позицию по отношению к фильму выразили 13 казахов, 7 представителей разных национальностей.

Итак, данный контент-анализ показывает, что фильм казахстанского производства достаточно хорошо был воспринят как в самом Казахстане, так и в ближнем зарубежье. Об этом свидетельствуют положительные комментарии, во многом превосходящие отрицательные и нейтральные.

При этом необходимо отметить, что фильм был размещен российскими администраторами преимущественно российского сообщества, где по большей части выкладываются американские, европейские или российские фильмы. Безусловно, что размещение на просторах данного публичного казахстанского фильма не могло не остаться не замеченным среди казахов, что объясняет огромное количество положительных комментариев с их стороны. От представителей других национальностей пришло на 33 больше положительных комментариев.

Цифрой 33 отмечено количество отрицательных комментариев, оставленных иностранцами, что на 18 больше, нежели отрицательных замечаний от соотечественников режиссера картины. Это объясняется тем, что иностранцы свободно высказывались в адрес просмотренного кино, в то время как казахи были сдержаннее в критике фильма отечественного производства, осознавая, что площадка обсуждения – международная. Соответственно казахам принадлежит больше нейтральных или объективных комментариев в силу заинтересованности в судьбе казахстанского кинематографа, что выражалось не только в критике, но и в рекомендациях по улучшению основных моментов фильма и, в целом, по производству отечественных картин.