

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

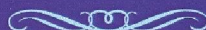
Студенттер мен жас ғалымдардың

«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

МАЗМҰНЫ

БАСПАСӨЗ ЖӘНЕ ЭЛЕКТРОНДЫ БАҚ

Amirova A. Verbal communication on television	3
Baltabai R. The influence of mass-media on the formation of a tolerant international linguistic personality	4
Behroz A. Freedom of speech in Afghanistan after the fall of the Taliban regime	4
Bubeyeva M. Convergent journalism: the new life of old media	5
Dildabay A. Communicative strategy and tactics of texts internet media in Kazakhstan.....	5
Lepessova A. Ergojaev A. Problems of broadcasting news programs	6
Mohammad Sadiq Esar. Role of the media in the education of the youth	7
Mukhangali K. Methods of verbal communication	8
Shkolova Y. Adaptation of advertising articles in the communicative space of newspapers	8
Аблез С. Студенттік радио-шыңдалу мектебі	9
Айдархан С. Теледидар болашағы	9
Алиева А. Pinterest мультимедиалық құралының маңызы.....	10
Алматай О. Қазақ интернетінде рухани құндылықтардың насихатталуы.....	11
Арын Е. Қазақ публицистикасының тарихи жолы	11
Арынбек К. Түркия медианарығындағы қазақ тілді контент	12
Ахмет Ж. Телеарна сайттарының аудиториясы.....	12
Ахметов М. Журналистиканың жаһандану әліппесі	13
Балабекұлы Д. National Geographic channel телеарнасының құрылымдық тарихы	13
Батжанова Ә. Блоггинг принциптері	14
Бүркітбаева А. «Сыбаға» Республикалық ауыл шаруашылығы және ұлттық өндірістік мәселелерге арналған онлайн журналы.....	14
Ергожаев А. Тәуелсіз ел радиосының жаңа бағыттары	15
Джакупбаева Г. Телевизиядағы журналистің шығармашылық қолтаңбасы мен режиссерлік шеберлік қисындары	16
Жайлхан М. Қоғам алдында сөйлеу ерекшеліктері мен телеаудиторияға ықпал ету әдістері	16
Жарықбаева С. Тележурналистиканың адамзат қоғамының дамуындағы ролі	17
Жүсіпова А. Қазіргі қазақ сатирасының өзекті мәселелері	17
Қанибаева Г. Жарнамадағы мультимедиалық технологиялар.....	18
Қастай Д. Ахмет Яссауи мен Шәкәрім шығармаларының рухани – поэтикалық үндестігі.....	19
Қасымбекова С. Энциклопедиялық басылымдар тарихы	20
Кішібаева Ғ. Ұлттық телеақпарат кеңістігіндегі конвергенттік журналистика (Тенгриныйс).....	20
Қуанышбекова А. Электронды БАҚ және тақырыптар прагматикасы.....	21
Қуатова А. Ақпарат және оның бағыттары	22
Молдажимова М. Сатиралық публицистиканың қоғамдағы маңызы	23
Наметова М. Конвергентті журналистиканың кәсіби деңгейі.....	23
Нарбай Т. Қазақ тілінің орнын шет ел тілі баса алмас	24
Нұрғали С. Қазақты арақ құртты, жыланша құйқылжытып жұтты	25
Нұрғали С. Көкек ана	26
Оташ Г. Жаһандану мен журналистика: кемшіліктер, жетістіктер.....	27
Пердебек Р. XX ғасыр және қазақ публицистикасы	27
Раимханова Д. 1941-1945 жылдардағы қазақ публицистикасы.....	28
Сәбет М. «Қазақ хандығының - 550 жылдығы»: БАҚ-тағы тарихи-танымдық материалдарды салыстырмалы талдау.....	28
Сәндібек Н. Ұлттық өнер өрнегі	29
Смақов Д. Профессор М. К. Барманқұлов тұжырымдары және қазіргі заманғы телеақпарат	30
Смақов Д. XX ғасыр публицистикасы	30
Сымбат А. ҚазҰУ-мәртебесі биік білімділер шаһары	31
Тлепберген С. Әзілхан Нұршайықов публицистикасының ерекшеліктері	32
Тоқтарова З. Қазіргі БАҚ-тағы сұхбат жанрының ерекшеліктері.....	32
Тыныштықбай Г. БАҚ-тағы ауыл өмірінің көрінісі	33
Тілеухан Е. XX ғасыр – публицистика ғасыры.....	33
Үдербаева С. Парламентаризм және журналистика.....	34
Ілесбай Ә. Конвергенттік журналистиканың кәсіби деңгейі мен даму тенденциялары	35

ПЕЧАТЬ И ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ

Абдусалымова Э. Инфографика в СМИ.....	36
Абирбек С. Проблемы функционирования интернет-пространства Казахстана	37
Айтжанова К. Опыт продвижения информационного бизнеса в Instagram	37

Для более легкой работы изданий без лишних затрат, создают специализированные сайты, на которых, как СМИ, так и другие лица, могут создавать свою инфографику по предложенным шаблонам.

В настоящее время инфографика стала обязательным элементом почти каждого печатного или онлайн-издания, который выполняет не только иллюстративную функцию, но и когнитивную.

Проблемы функционирования интернет-пространства Казахстана

Абирбек С.

КазНУ имени аль-Фараби

Научный руководитель: ст. преп. Нода Л.П.

Интернет-СМИ на сегодняшний день являются одной из важных составляющих медиасистемы Республики Казахстан. Отсчет истории развития казахстанского интернет-пространства ведется с сентября 1994 г., когда был официально зарегистрирован национальный домен верхнего уровня (kz.). Соответствующий ему сегмент глобальной сети носит название Казнет. В том же году была основана одна из крупнейших телекоммуникационных компаний Казахстана – «Казхателеком». Далее последовали появление первого сайта на казахском языке, запуск системы онлайн-доступа к университетским ресурсам («Электронный каталог КазГУ»), осуществляется постоянная радиотрансляция через Интернет (с 1998 г.). В последующие годы в Казахстане наблюдается возросший интерес к интернет-пространству. В 2007 г. количество пользователей Сетью в республике достигает 1,67 млн. чел. (при общем населении около 16 млн. чел). Этот год был ознаменован существенным приращением количества пользователей интернетом. Согласно исследованиям делового журнала «Казахстан», «база коммерчески активных пользователей широкополосного доступа в Интернет, предоставляемого АО «Казхателеком», составила 59 885 абонентов. В том же 2007 г. стали очевидными основных причин, препятствующих развитию казахского интернет-пространства: ограниченные технические возможности, слабая компьютеризация и интернетизация образования, отсутствие точных подсчетов количества пользователей Интернетом и количества сайтов, а также отсутствие качественного контента.

С октября 1996 г. на рынке информации зарекомендовало себя еще одно казахское агентство – «Интерфакс-Казахстан». Информация агентства выходит на русском, казахском и английском языках, русскоязычная версия сайта при этом содержит наиболее полный объем новостей (общественно-политические новости, финансово-экономические новости, новости агентства, цитаты дня и новости дня). «Интерфакс-Казахстан» ведет подписку на целый ряд изданий политического, финансового и экономического содержания. Помимо этого, агентство выпускает тематические издания («Горнометаллургическое обозрение», «Нефтегазовое обозрение», «Интерфакс-энергетика» и др.). Агентство связано партнерскими отношениями с российским информагентством «Интерфакс» и пользуется его информационными ресурсами и коммуникационными возможностями: «по каналам агентства «Интерфакс» информационные сообщения из Казахстана рассылаются подписчикам во всем мире». Интернет-ресурсы телекомпаний Казахстана в развивающейся медиасистеме Казахстана телевидение занимает одну из ключевых позиций. Активные и популярные телеканалы переходят в Интернет-среду, что позволяет им привлекать большее количество аудитории.

На современном этапе развития интерес к Казнету возрастает. С каждым годом в информационном пространстве Казнета возникает все больше разнонаправленных сайтов, отслеживать работу которых весьма проблематично. В связи с этим компанией KAZNET Media был организован проект whois.kz, благодаря которому можно фиксировать появление тех или иных сайтов, определять рейтинг посещений. Данные рейтинги ориентированы исключительно на сайты казахстанской тематики. Статистика сайтов разбита по темам. Ведется общий рейтинг сайтов, после чего определяется десятка наиболее посещаемых сайтов.

Опыт продвижения информационного бизнеса в Instagram

Айтжанова К.

КазНУ имени аль-Фараби

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

На сегодняшний день Instagram является не только развлекательной платформой, но и площадкой, обладающей огромным потенциалом для продвижения бизнеса. Идея создания собственного проекта возникла 3 октября 2014 года. Для того чтобы, быть востребованным в мире Инстаграма, следует

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 Жумамаурату, 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 сняли 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 беспротышной 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.

Идея 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 страничку 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 Раилем 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