

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

Methods of verbal communication

Mukhangali K.

Al-Farabi KazNU

Scientific Advisor: senior teacher N.P.Saparkhojayeva

The method of conversation - verbal and psychological communicative method, which consists in conducting thematic directional dialogue between the psychologist and the respondent to obtain information from the latter. In situations of oral speech communication communicating are dealing with their own speeches. Listening creates it in accordance with the way the articulation of the speaker unit excites the processes in the air. In listening to the automated mode is selected, start-up and execution of their respective previously formed neuroprograms that he subjectively perceives it as a speaker. In speaking their processes that cannot be shared by a listener. The speaker can imagine that transmits his thoughts to listen, inform it transmits information. In the listener can only be their thinking processes, the results of which can hold a speaker or not, but these results are not given directly to the speaker. He can imagine them having the orientation model of the situation. The inadequacy of the display cases of verbal communication is typical for the majority of human beings. Psychologists are no exception. In times Radishcheva "conversation" would be interpreted as "read". If you take the appropriate conventions, then M.Fasmer find: "... Talk" conversation lesson "... (M.Fasmer, M., 1986, p.160). Reflective listening can be understood not as an interruption of the speaker, but as a reflex, then is the map itself at a hearing, drawing attention to themselves, the implementation of the analysis of their own perception. The issue: whether your model of what he wants from you saying that you put this model in line, apparently, can be considered reflective listening.

Method interviews - psychological verbal and communicative method, which consists in carrying out a conversation between a psychologist or a sociologist, and a subject of a predetermined plan.

The method of interview is different strict organization and functions of the disparity interlocutors: psychologist interviewer asks questions to the subject-respondent, while it does not lead an active dialogue with him; he does not express his opinion and openly reveals his personal assessment test answers or questions asked.

The objectives include the reduction of their psychological impact on the content of the respondent's answers to a minimum and ensure a favorable atmosphere of dialogue. The purpose of the interview from the perspective of a psychologist - to obtain from the respondent's answers to the questions formulated in accordance with the objectives of the study.

Survey method - the psychological verbal and communicative method, which consists in the implementation of the interaction between the interviewer and the respondent on the subject by obtaining responses to advance questions. In other words, the survey is a communication interviewer and the respondent, which acts as the main instrument for pre-formulated question.

The survey can be viewed as one of the most common methods of obtaining information about the subjects - of survey respondents. The survey is asking the people to specific questions, the answers to which allow the researcher to obtain the necessary information, depending on the objectives of the study. The peculiarities of the survey could be considered its mass, which is caused by the specifics of the tasks that they are resolved. The mass caused by the fact that psychology is usually required to obtain information about a group of individuals, not a single representative of the study.

Polls divided into standardized and non-standardized. Standardized surveys can be considered as strict polls giving primarily an overview of the research problem. Non-standardized surveys are less strict compared with standardized, they are no rigid frame. They allow researchers to vary the behavior depending on the response of respondents to the question.

When creating queries first formulate policy issues, appropriate solution of the problem, but are available only for the understanding of the art. Then, these questions are translated into questionnaires which are formulated in a language accessible to the layman.

Adaptation of advertising articles in the communicative space of newspapers

Shkolova Y.

Al-Farabi KazNU

Scientific Advisor: senior teacher N.P.Saparkhojayeva

All we know that promotional articles are advertising messages, executed in the form of journalistic material, are an example of the advertisement adapts to the communicative newspaper space.

The traditional Kazakhstan's newspapers and magazines have established tradition, design, structure and style of materials, which are also published disguised advertising articles of these materials is suitable background for the manifest forms of adaptation promotional articles to their communicative environment. For example, typical rubric, which is almost in every newspaper or magazine. The rubric "Question and answer", where constant reader of newspaper or magazine can send his or her question about the recent article to the editorial. And of course, reporters will answer to those questions. But how? Obviously by hiding advertisement system. The material of the study is based on journalistic and advertising publications under long years.

You can see almost complete adaptation to the levels of registration and message structure nearly in each Kazakh press: promotional articles copied styles and sizes fonts, headers, readers' letters and responses.

However, when we are comparing the content of the materials, there are revealed significant difference between them.

In journalistic materials headings are usually stylistic whole, and they can observe the interaction of a number of journalistic and others characteristic were made for materials of mass newspaper.

And in collection of promotional articles is considered a very mixed picture in terms of content. Posts that although its design and similar to journalism, but their content is dominant advertising discourse.

Студенттік радио-шыңдалу мектебі

Аблез С.

әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Ғылыми жетекшісі: ҚазҰУ профессоры Қабылғазина К.

Студенттік "әл Фараби" радиосының негізгі мақсаты, алдымен жүзеге асырар міндеті – журналистика факультетінің студенттерін мамандыққа тәжірибе жүзінде даярлау, журналистік шеберліктерін шыңдау, студенттер мен жастар тәрбиесі мақсатында жан-жақты хабарлар дайындау. Атап айтқанда, жастар мәдениеті, әдет-ғұрып, салт-сана, дін мәселелері, алдыңғы толқын шығармашылығынан тәлім беру, жас талапкерлердің, таланттардың өнерін, талабын жарыққа шығару, үкімет тарапынан жүргізіліп отырған шараларды жастар арасында насихаттауға ат салысу.

„Сананың” тақырыптарының әр алуан, мазмұнының бай болуы студенттердің хабарға көп қатысуына байланысты. Олардың әрқайсысының көкейінде жүрген бір-бір күмбезді ойлары бар. Тыңнан қосылған осындай тосын идеялардың өзі хабардың жақсы шығуына әсер етеді. Қазір де журналистика факультетінің барлық студенттері хабарға үнемі белсене қатысып, өз пікірлерін, ойларын ортаға салып отырады.

Журналистика факультетінде болашақ радиожурналистерді мамандыққа машықтандыруда „әл Фараби” радиосы кеше де, бүгін де елеулі қызмет атқарып, ықпал етіп келеді. Ралиотехнологиясын оқу процесінде теория түрғысынан толық меңгеріп, студенттер хабар жасау барысынла өз білімдерін әрі қарай шындай түседі, шығармашылық бейімдерін қалыптастырады. Мамандыққа деген сүйіспеншілік студенттердің радионың техникалық құралдарына деген де қызығушылығын туғызды. Қазір „әл Фараби” радиостудиясындағы барлық хабарлар компьютердің көмегімен тікелей эфирді меңгеруде. Студенттік хабарлардың кешегі де бүгінгі де басты мақсаты студенттер өмірінің күн тәртібінде тұрған проблемаларын жан-жақты көрсету, жастардың мүддесінен шыға алу, көңілді музыкалар бере отырып, өз аудиториясын жинау. Ал мазмұндық жағынан әр алуан болуы, өмірдің сан түрлі жағдайларынан мағлұмат беруі өр дайым талап етілетін жай.

Теледидар болашағы

Айдархан С.

әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Ғылыми жетекшісі: ф.ғ.к., доцент Құрманбаева А.Ә.

Жаһандану үрдісі туралы әңгіме қозғалғанда алдымен ойға оралатын қуатты тетіктердің бірі – телевизия саласы. Телевизияның қоғамдағы рөлі орасан, алар орны ерекше. Жаһанданудың бір сипаты идеялардың еркін ағымында жатыр. Идеяның басты элементі не? Әрине, ақпарат. Ақпарат таратудың тегеурінді тетігі не Әрине, телевизия! Қазіргі электронды ақпарат құралдарының өткен ғасырдың соңынан бергі уақытта қандай саяси идеологиялық және техникалық өзгерістерді бастан кешіргенін байыптап алу керек. Өйткені, өткенінді зерделемей, бүгінгі мен ертеңінді дұрыс таразылай алмайсың.

...Қазақ теледидары. Қазақ телевизиясы туралы айтқанда ойға оралатын мәселе кеше қандай болды? Қазір қандай? Ертең қандай болмақ?