

**КОММУНИКАЦИЙ
ШЕЛКОВАЯ НИТЬ:
ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ –
КИТАЙ**

Коллективная монография

Алматы
«Казак университеті»
2016

Научное издание

Муканова Гюльнар
Барлыбаева Сауле
Бекболатулы Жетписбай
Нуржанова Шарипа
Мухамадиева Лариса
Муканов Олжас
Айтбаева Алтынай
Абдыхадырова Асель

**КОММУНИКАЦИЙ ШЕЛКОВАЯ НИТЬ:
ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ – КИТАЙ**

Коллективная монография

Выпускающий редактор *Г.С. Бекбердиева*
Компьютерная верстка *Г.К. Шахкозовой*
Дизайн обложки: *А. Калиевой*

ИБ №10398

Подписано в печать 24.12.2016. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Объем 10,0 п.л.
Тираж 500 экз. Заказ №251. Цена договорная.
Издательский дом «Қазақ университеті»

Қазақстанның национальнаны университеті атындағы аль-Фараби.
050040, г. Алматы, пр. аль-Фараби, 71, ҚазНУ.
Отпечатано в типографии издательского дома «Қазақ университеті».

зователями, оценивать с помощью кнопок «лайк» и «дизлайк» и оставлять свое мнение по поводу того или иного видео [19].

Видеохостинг является очень полезным и познавательным, если вы заинтересованы в просмотре фильмов, трейлеров, музыкальных клипов, новостей и образовательных передач. На сегодняшний день практически все телевизионные каналы имеют собственный канал на YouTube. Такой опыт сближает аудиторию с каналом. Нет нужды ждать начала любимой передачи по телевизору, когда можно тот же самый ролик найти у них на канале YouTube.

Популярный видеохостинг был создан зимой 2005 года в Сан-Бруно, штат Калифорния. Три экс-сотрудника крупной дебетовой электронной платёжной системы PayPal решили создать собственный проект, используя технологию Flash Video (FLV).

На сегодняшний день YouTube принадлежит компании поисковой системы Google. В ноябре 2006 года был куплен на сумму 1,65 миллиардов долларов. В Google уже работала похожая система – Google Видео. После приобретения видеохостинга схожий проект Google функционирует по сей день.

Очень интересно ведь знать, каким был самое первое видео на YouTube. Это был видеоролик из 18 секунд в зоопарке Сан-Диего любительской съемки, принадлежащей Джаведу Кариму. Историческое событие произошло 23 апреля 2005 года в 20:27 по местному времени.

Статистика за февраль 2012 года говорит о том, что в течение одной минуты на YouTube заливается 60 часов, за один день получается 86400 часов. Предыдущие года, Рекордное количество по продолжительности имеет видео, которое длится 596 часов.

2015 год стал особенным для пользователей YouTube. Для клиентов с операционной системой Android летом было введено очень важное событие – возможность автоматического поворота видео на 90 градусов, если на мобильный телефон снято вертикально. А еще 28 октября 2015 года начал работу сервис YouTube Red.

YouTube Red – это сервис класса премиум подписки YouTube. Новый проект предусматривает свободный и потоковый доступ к видеороликам. На смартфонах и планшетах можно

без рекламы проигрывать видео, как в фоновом, так и автономном режиме. А главное – иметь доступ к Google Play Music.

2.4. Политическая коммуникация и дискурс СМИ в системе информационной безопасности

ст. преп. Лариса Мухамалиева

Рассматривая дискурс как понятие, приходится констатировать, что это один из наиболее сложных и менее всего поддающихся четкому определению терминов. Исследователи определяют его как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие...» [1].

Таким образом, дискурс – сам текст как изолированный вербализованный результат речи и контекст, в котором он функционирует, – ситуативный и культурный. Язык как абстрактная знаковая система реально существует в виде дискурсов. Принимая во внимание тот факт, что дискурс создается в определенной ситуации общения, где участники обладают различными социальными ролями и установками, выделяют два типа дискурса – персональный (лично-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный). Нас интересует последний, институциональный дискурс, который представляет собой общение в заданных рамках ролевых отношений и выделяется на основании двух признаков: цель и участники общения. К этому типу относится и политический дискурс СМИ [2].

В основном политическая коммуникация опосредована дискурсом СМИ. В дискурсе масс-медиа журналисты выступают в качестве посредников между политиками-профессионалами и массовой аудиторией непрофессионалов. Журналисты «раскалывают» о политике и политиках и, соответственно, формируют общественное мнение. Таким образом, средства массовой коммуникации становятся практически единственным средством общения политиков и народа.

Обладая множеством сходных черт, дискурс СМИ и политический дискурс пересекаются. Например, выступление политика

на конференции представляет собой политический дискурс, его транслирование по телевидению (с неизбежной в этом случае вводкой, т.е. предваряющим комментарием ведущего, и отбором отснятого материала) – уже политический дискурс СМИ. Текст закона относится к политическому дискурсу, а новостная заметка о его принятии или разъяснение его действия в авторской колонке – политический дискурс СМИ. Репортаж о вручении кинематографической премии – дискурс СМИ, репортаж о вручении правительственных наград – политический дискурс СМИ.

Таким образом, политический дискурс СМИ возникает в области пересечения политического дискурса и дискурса СМИ. В качестве рабочего определения исследователи предлагают использовать следующее: политический дискурс СМИ – сложное коммуникативное явление, имеющее своей целью борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, включающее текст как вербализованный результат речи, текст – ситуативный, социокультурный и прагматический, а также специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса.

Дискурс – явление антропоцентричное, он отражает мир субъективно, т.е. говорящий (пишущий) «присваивает» речь [3]. Задача политического дискурса СМИ – воздействие на формирование общественного мнения. Достижение цели и задачи обеспечивается тем, что политический дискурс СМИ – коммуникативное явление, а любое общение – это целенаправленное воздействие.

Как отмечает исследователь В.З. Демьянков: «Понимание политического дискурса предполагает знание языковых приемов, фона, ожиданий автора и аудитории, скрытых мотивов, сюжетных схем и излюбленных логических переходов, бытующих в конкретную эпоху. Исследованием этих аспектов дискурса и занимается политологическое литературоведение» [4].

Политический дискурс СМИ располагает таким ресурсом управления знаниями общества о мире и, соответственно, его реакцией, как информация. Информация в широком смысле слова – это отражение реального мира [5]. Но передача информации – это не констатация фактов объективной реальности, а их интерпретация, т.е. перенос в реальность информационную.

Информация вызывает направленные мыслительные процессы и эмоциональные состояния. Информация формирует наши мысли, структурирует наш опыт и определяет наши взгляды на окружающий мир.

Политические баталии, международные темы, столкновение политических интересов получают соответствующее информационное освещение в СМИ. Основное требование в этой нише к журналистским материалам – быть предельно корректными, чтобы не нарушать допустимые границы.

Политический дискурс СМИ играет очень важную роль в системе информационной безопасности, стабилизируя или дестабилизируя сложившуюся ситуацию. Яркий пример – освещение политического конфликта России и Украины в ситуации обострения назревших проблем и противоречий. Некорректные высказывания руководителей обеих стран, растрогированные СМИ, повлекли за собой весьма ощутимые последствия, сказались на международных отношениях, многосторонних контактах, имидже государств на мировой арене. В текстах на эту тему журналисты иронизируют, обличают, навешивают ярлыки. В итоге два народа с опаской смотрят друг на друга. В данном случае, говорить об объективном и корректном распространении информации не приходится.

Другого поведения от журналистов трудно ожидать. Внешние СМИ, традиционные и электронные, целенаправленно создают коммерческий продукт, успешно конкурирующий на информационном рынке. Даже политические темы подаются остро, тенденциозно, привлекательно для аудитории.

Казахстанские СМИ, занимая нейтральную позицию в этом конфликте, являлись ретрансляторами чужого мнения, получая информацию о конфликте из российских источников. Казахстанским читателям довольно трудно было сориентироваться и выработать собственную позицию в данном вопросе. На наш взгляд, тональность всех выступлений СМИ, исходя из требований информационной безопасности, должна быть сдержанной, примиряющей, объясняющей аргументы и позицию каждой из сторон. Не надо быть Макиавелли, чтобы понимать, насколько важно для двух стран, имеющих общие геополитические, экономические, социальные, культурные интересы, быть толерантными и позитивными в решении любых проблем. «Танец на пелище» былой дружбы славянских народов, устроенный жур-

Хакеры: герои или информационные террористы?

налистами, создает поверхностное, примитивное и агрессивное отношение к геополитическим проблемам.

С приходом новых технологий, наряду с термином «информационная безопасность» активно используется понятие «медиабезопасности». Второе значение используется, как правило, в связи с необходимостью выработки ответственного и безопасного поведения в современной информационной среде, способов защиты от противоправных посягательств в интернете и мобильной связи.

Таким образом, информация в политическом дискурсе СМИ – это интерпретация, которая не может быть объективна. Склонность к определенным принципам информационной безопасности может скорректировать, смягчить субъективность человеческого фактора, который играет особую роль в любом виде дискурса.

В связи с тем, что субъект политического дискурса СМИ, который отражает определенные интересы и имеет некоторые цели и задачи, интерпретирует действительность в тексте, данный вид дискурса отличается субъективностью, что способствует манипулированию информацией в необходимом для адресанта направлении.

Литература

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. – С. 136.
2. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
3. Борщуполет К.П. Методы политических исследований. – М.: Аспект Пресс, 2005. – С. 28.
4. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие / отв. ред. М.Н. Володина. – М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003. – С. 116-133.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М., 1974. – 447 с.

3.1. Джулиан Ассанж и WikiLeaks

Алтынай Айтбаева

Интервью генерал-лейтенанта, бывшего председателя КНБ Республики Казахстан с декабря 2001 до февраля 2006 года Нартая Нуртаевича Дутбаева в журнале «Юрист» (№ 3 – 2004) очень содержательно и интересно. Мое внимание привлек блок ответов про актуальность растущей киберпреступности и методы его предотвращения [21].

В беседе с журналистом Нартай Дутбаев подчеркивает высокую степень скрытности компьютерных преступлений. «Актуальность данной проблемы всем очевидна, тем более мы являемся свидетелями стремительного прогресса информационных технологий и фактора появления в глобальных сетях передачи данных нового криминального сообщества, образующего качественно новые, территориально независимые угрозы, кибертерроризм и киберпреступность», – подчеркивает Нартай Нуртаевич.

А также он отмечает необходимость сочетать максимальную открытость доступа к информации государственного уровня, соблюдая при этом интересы национальной безопасности.

С именем австралийского журналиста, телеведущего и основателя международной некоммерческой организации WikiLeaks Джулиана Ассанжа связаны самые скандальные международные события [20].

Если прочесть биографию Ассанжа, то его склонность к компьютерным программам можно заметить с подросткового возраста. До появления Интернета он после покупки модема работал в сетях под псевдонимом «Мендакс», что связан с оксю-