

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



Қазақстан 2050



## IV ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 4-21 сәуір, 2017 жыл

Студенттер мен жас ғалымдардың

### «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты халықаралық ғылыми конференцияның  
МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 10-13 сәуір, 2017 жыл



## IV МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-21 апреля 2017 года

### МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции  
студентов и молодых ученых

### «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

Алматы, Казахстан, 10-13 апреля 2017 года



## IV INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-21 April, 2017

### MATERIALS

of International Scientific Conference  
of Students and Young Scientists

### «FARABI ALEMI»

Almaty, Kazakhstan, 10-13 April, 2017

**Белоусова А.**

*4 курс, факультет журналистики  
КазНУ имени аль-Фараби*

## **ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ ВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ**

*Научный руководитель: к.филол.н., доцент Аргынбаева М.Х.*

Журналистское расследование ставит перед собой цель отыскать правду и показать её людям, и его можно вести разными способами, как законными, так и не совсем.

На Западе этот жанр особенно популярен и можно заметить определённую корреляцию между качеством журналистики той или иной страны, степенью реализации права свободы слова на её территории и популярностью журналистского расследования.

В Казахстане журналистское расследование в основном представляет Геннадий Бендицкий.

Г. Бендицкий всегда основывается на официальных документах.

Журналист, ведущий расследование, должен ответить на вопрос: «насколько соотносится потребность общества в информации и моральное право журналиста её распространять»? Такая работа всегда сопряжена со многими этическими дилеммами.

Методы разрешения этических дилемм находятся в области философии и редко отражаются в реальной практике, по причине чего образ журналиста в глазах широкой общественности обычно тесно связан с качеством беспринципальности.

Полноценное развитие жанра в рамках этики возможно только при общественной поддержке, журналистской солидарности и достаточной защищённости со стороны закона.

**Бүркітбаева А.**

*2-курс, журналистика факультеті  
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ*

## **ҰРПАҚ БОЛАШАҒЫНА ҰЛТТЫҚ ТЕЛЕАРНАЛАРДЫҢ ӘСЕРІ**

*Ғылыми жетекшісі: филол.ғ.к., доцент Әбдіжәділқызы Ж.*

Теледидар көргендерді кітап оқитындар басқаратын заманнан іргемізді алысырақ қалап жатқаннан кейін, көгілдір экранның ар жағындағы айдынның ластанбағанын жөн көреміз. Көк жәшіктің ішінен айтылған хабардан қазақтылықтың, берілген бағдарламадан руханилықтың иісі сезілсе дейміз. Сондықтан, ұлттық құндылықтарды ұлттық телеарналарымыздың ұтымды жеткізгені бізге керекті. Қай жастағы болмасын бүлдіршіндерге арналған арналар легі аз екені анық. Сол себептен, ұлттық телеарналардың да қаралым санын көбейтуіне тура келеді. Бөбектердің көріп жүрген, көкейге тосып жүрген бағдарламалары тәрбиесінің тағлымын нығайта алатынына сенімдіміз бе? Осы сұрақтың аясында Республика бойынша хабар таратуға міндетті теларналарды, «Қазақстан ұлттық телеарнасы», «Мәдениет», «Балапан», «Хабар», «Kazakh TV», «Білім», «24 KZ», «Астана», «КТК», «НТК», «7 арна», «31 арна» және «СТВ» арналарын зерделеп, қоғамға берер пайдасы мен зиянын, балалардың психологиясына әсер ететін бағдарламаларын айқындау көзделді. Ұлттық телеарналар халықтың айнасы іспеттес болғаннан кейін, көрермендер, әсіресе жастар қауымы ұлттың тәрбиесін, не нәрсеге шектеу қойылатынын әлгіндегі айнадан анық көре білуі қажет. Сондықтан, мың күн сынбаған айнамыз бір күнде шытынап кетпеуін қадағалау керекті.

## СОДЕРЖАНИЕ

Абирбек С. Театральная критика: между зрителем и театром	3
Абирбек С. DIGITAL PR для автомобильной сферы	4
Абирбек С. Технологии нейромаркетинга как инструмент современных политических коммуникаций	5
Абишева М. СОСА-COLA с твоим именем в Казахстане	6
Айгараева Д. Цифровые методы продвижения	7
Абдимаева А. Репортаж на страницах газеты	7
Абдимаева А. Информационная безопасность СМИ как фактор обеспечения свободы слова	8
Абдимаева А. Освещение проблем социально-уязвимых слоев населения в СМИ	9
Абзалұлы Е. Тіліміздің тағдыры	10
Абылова Ш. 14 наурызда ата-баба салты бар...	11
Абдоллаева А. Национальная идея «Мәңгілік Ел»: интегративная миссия	12
Айгараева Д.А. Отношение молодежи к СМИ	13
Алиева Х. Журналистский текст как средство передачи информации на примере военной журналистики	14
Алимжанова А.Б. Мультимедиалық журналистикадағы портал түсінігі, қызметі	14
Алмаева У. Заимствованные слова в русском языке и их применение в журналистике	15
Алмаева У. Приоритеты современных СМИ Казахстана: информация или аналитика?	16
Арсененко И. Роль иллюстраций в прессе	17
Азирбаева С. Особенности ораторской речи В.И. Ленина	18
Айылчиева Н. Озера Ыссык-куль-гордость Кыргызстана	19
Abdykhadyrova A. Banks and terrorism: who is the winner?	19
Байзулина А. Освещение «ЭКСПО-2017» в средствах массовой информации	20
Байшемирова К. Маркетинг в социальных сетях: больше чем просто продажи	21
Байшемирова К. Доверяет ли казахстанская молодежь современным СМИ?	22
Бакиева А. Создание модели эффективных внутрикорпоративных связей с общественностью	22
Байтұрсынова А. Артымды қалған Аралым!	23
Бакиева А. Степень доверия молодежи к СМИ	24
Балабекұлы Д. «NATIONAL GEOGRAPHIC» журналындағы фотожанрлар қолданысының ерекшелігі	25
Бакиева А. Управление организацией в условиях кризиса на примере авиакомпании «БЕК ЭЙР»	26
Бакиева А. PR-технологии в условиях кризиса	26
Башанова Қ. Интернетсіз өмір (сараптамалық мақала)	27
Беккалиева А. Планирование специальных мероприятий	28
Беккалиева А. PR-технологии в fashion-индустрии на примере бренда Moschino	29
Белоусова А. Требования к написанию текста журналистского расследования	30
Белоусова А. Этические нормы ведения журналистского расследования	31
Бүркітбаева А. Ұрпақ болашағына ұлттық телеарналардың әсері	31
Белоусова А. Журналистское расследование и проблемы информационной безопасности	32
Бурашева А. Рынок PR-услуг в Казахстане	32
Белоусова А. Журналистское расследование в Казахстане: история, проблемы, особенности освещения	33
Volatova M. Role of Mass Media in adaptation and confrontation processes	34
Вавулиди М. Политика подачи информации на радиостанциях Казахстана	35
Галибабаева С. Жанр как область психологических исследований	36
Григорянц А. Анализ этики во Французском издании «CHARLIE HEBDO»	37
Данилин Н. YouTube как PR-площадка	38
Даутбаева С. Особенности работы PR в медиаиндустрии	39
Даутова М. Плагиат в социальных сетях	40
Данилин Н. Проблема независимой музыки в отечественных СМИ	41
Даниловская А. Актуальность статьи Михаила Ломоносова «Рассуждение об обязанностях журналистов... Для современной журналистики»	42
Данаева Н.Т. «Бесіктен бақиға дейін» немесе этнокөсемсөз	43
Джунусов У. Роль мультимедийных технологий в деятельности современных новостных источников	47
Дилдабай А. СМИ в социализации	48
Ермекбаева А. Арт-журналистика и развитие Казахстанкой культуры	49
Ермухамедова А. Продвижение модных брендов в электронных СМИ	50
Есенжолова А. Молодежь XXI века	51
Жамбылова А. Реклама в издательстве: творческие подходы	51
Жаилова Н. Роль социальных сетей в PR	52
Жолдасова А. Бүгінгі журналистік шеберліктегі әдіс-тәсілдер	53
Жұматаева А. Қазіргі отандық телеарналардың медиабілім беру қызметі	54