

Информационное развитие XXI века



Алматы 2014

Информационное развитие XXI века

Алматы
«Казак университети»
2014

УДК 070
ББК 76.01
И 74

*Рекомендовано к изданию
Ученым советом факультета журналистики
и РИСО КазНУ им. аль-Фараби*

Рецензенты:

профессор, доктор исторических наук **Козыбаев С.К.**
доцент, кандидат филологических наук **Кенжетулова Н.С.**

И 74 Информационное развитие XXI века: / Под ред. С.Х. Барлыбаевой.
— Алматы: Казак университеті, 2014. — 208 с.
ISBN 978-601-04-0548-6

Монография состоит из двух разделов «Новые медиа нового времени» и «Масс медиа в условиях глобализации», каждая из которых содержит по пять и четыре главы соответственно, подготовленные исследователями факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби: С. Барлыбаевой, К. Мысаевой, Г. Рахимжановой, Н. Есхуатовой, Г. Муқановой, Ш. Нуржановой, А. Альжановой, А. Тлепбергеновой.

Монография адресована преподавателям, магистрантам и студентам факультетов журналистики, социально-гуманитарных факультетов, и всем тем, кто интересуется современным информационным развитием в Казахстане и в мире.

УДК 070
ББК 76.01

ISBN 978-601-04-0548-6

© Авторский коллектив., 2014
© КазНУ имени аль-Фараби, 2014

ВВЕДЕНИЕ

Развитие глобальных информационных магистралей является актуальным вопросом в настоящее время. Многие международные организации подчеркивают важность информационно-технологического сектора для построения глобальной информационной инфраструктуры. Ведущую роль в этом играют технологически преуспевающие страны. Революции в сфере человеческой культуры во многом были результатом изменений в способах передачи и распространения информации. Они радикально изменили общественную организацию, производство и распределение материальных благ в обществах, стали предвестниками социальных и экономических преобразований.

В настоящее время глобальные системы связи и коммуникаций охватывают планету своими высокоскоростными магистральями. Интернет послужил толчком для развития новых средств массовой коммуникации и изменил медиа ландшафт XXI века. Идея передачи по Интернету движущегося видеоизображения в реальном времени уже нашла свое воплощение. Эта технология используется не только для телевещания, передачи видеозаписей, новостей, но и для переговоров обычных пользователей Интернета друг с другом, для организации видео совещаний, телеконференций со многими участниками, телемедицины, телеработы, дистанционного образования. Интернет быстро становится атрибутом домовладельцев в разных уголках мира. Исследователи приходят к выводу, что число пользователей этой сетью находится в определенном соотношении с обладателями персональных компьютеров, развитием телекоммуникаций, а также правительственной политикой.

Развитие современного общества происходит под влиянием новых информационно-коммуникационных технологий и новых медиа, которые изменяют медиа ландшафт. Особенностью новых СМИ стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную форму коммуникаций, массовые и немассовые средства информации. Потребление новых медиа имеет и будет иметь более индивидуальный характер. Про-

лизациями поддерживаются с помощью мировой системы коммуникаций. И понимание этого способствует формированию информационного общества, общества знаний не как стихийно появившейся идеи, а как насущной необходимости, диктуемой прогрессом человеческой истории.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ 1. НОВЫЕ МЕДИА НОВОГО ВРЕМЕНИ.....	7
Глава 1. Коммуникационное развитие в изменяющемся мир. (Барлыбаева Сауле).....	7
Глава 2. Новые медиа: проблемы и перспективы. (Мысаева Карлыга).....	35
Глава 3. Цифровые технологии вещания: глобальное и локальное развитие. (Рахимжанова Гульвира).....	72
Глава 4 Специфика подачи информации в Интернет- пространстве Казахстана. (Есхуатова Назым).....	100
Глава 5. Освещение деятельности Интернет - журналистов. (Есхуатова Назым)	108
РАЗДЕЛ 11. МАСС МЕДИА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	113
Глава 1. Освещение международных отношений в мировых СМК: история и современность. (Муканова Гюльнар)	113
Глава 2. Зарубежные публикации о Казахстане. (Альжанова Айгерим).....	137
Глава 3. Внешняя коммуникация – как страновой имидж. (Нуржанова Шарипа)	158
Глава 4. Развитие странового имиджа в эру глобализации. (Тлепбергенова Айман)	173
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	201