

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТІ
ҚР ҰЛТТЫҚ МЕМЛЕКЕТТІК КІТАП ПАЛАТАСЫ

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
НАЦИОНАЛЬНАЯ КНИЖНАЯ ПАЛАТА РК

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY
FACULTY OF JOURNALISM
NATIONAL BOOK CHAMBER OF REPUBLIK KZ

**«ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ
ӘЛЕУЕТІН АРТТЫРУДАҒЫ БАСПА ІСІНІҢ
ЖӘНЕ ЭЛЕКТРОНДЫ БАСЫЛЫМДАРДЫҢ РӨЛІ»**

атты республикалық конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

14 қараша 2013 жыл

МАТЕРИАЛЫ

республиканской конференции

**«РОЛЬ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА И ЭЛЕКТРОННЫХ
ИЗДАНИЙ В РАЗВИТИИ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА КАЗАХСТАНА»**

14 ноября 2013 года

MATERIALS

Republik Conference

**«ROLE OF PUBLISHING AND THE ELECTRONIC EDITION IN
DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL
POTENTIAL OF KAZAKHSTAN»**

November 14, 2013



Таусоғарова А.Қ. Баспасөз жарияланымдарының юрислингвистикалық аспектілері	84
Годунина Л.В. Ассоциация международных организаций образования: опыт работы с зарубежными издательствами	89
Кулмажитов Е.Ш. Системы повышения финансовой эффективности и управления в современной организации	92
Жақсылықбаева Р.С. Бұқаралық ақпарат құралдары туралы заң және журналистің кәсіби этикалық жауапкершілігі	94
Удербәева С.К. У истоков издательского дела в Казахстане	102
Никамбаева С. Повышение эффективности обучения иностранному языку студентов специальности «Журналистика»	106
Мұхамедиева Н.Б. Қазақстандағы интеллектуалдық әлеуеттің артуына коммерциялық PR-дың үлесі	111
Күзәрбаева А. Отандық желілік коммуникацияның даму тенденциялары	114
Ниязғұлова А.А.; Мамырбаева Н. Әлемдегі Қазақстан журналистикасының ұлттық-мәдени көпқырлылығы: ұлттық біртұтастықты сақтау проблемалары	118
Әлқожаева А.С. Журналистика - ғаламтор жүйесі - ақпарат таратудың жедел түрі	122
N.Ibragimov Prospects for the development of the sports press in Kazakhstan	125
Майлықұтова М. Ұлттың интеллектуалды әлеуетін арттырудағы кітап басу ісінің рөлі	128
Мамырова К.С. БАҚ-тың имидж қалыптастырудағы рөлі	133
Сұлтанбаева Г.С., Велитченко С.Н. Общество знаний как движущая сила инновационного развития	137
A. Niyazgulova Trends in the development of modern kazakh television.	142
Абишов Д.А. Қазақстан Республикасындағы туризм саласының экономикалық - электрондық ұйымдастыру тетіктері	144
Аймашова С.С. Экономиканы жаһандандыру жағдайында Қазақстанның телекоммуникациялық секторындағы электрондық қызмет көрсету тетігін дамыту	149
Айғбаева Б. Радиодағы тіл мәдениетінің ерекшеліктері және радиохабарлардың технологиясы	153
Аққасынова Ж.К. MS Word мәтіндік редакторы ортасында тест тапсырмаларын жасаудың жолдары	156
Альжанова А.Б. Мониторинг: казахстанский и зарубежный опыт	160
Аубакирова Ж.Я., Дуламбаева Р.Т. Источник интеллектуального потенциала общества	162
Барлыбаева С.Х. Роль ИКТ, электронных медиа в развитии интеллектуального потенциала Казахстана	165
Велитченко С. Роль телеканалов Казахстана в формировании интеллектуальной нации	169

Қорытындылай келе, MS Word мәтіндік редакторы ортасында бірінші дұрыс жауаптары бар тест тапсырмаларын осы әдіспен жасау мезгілінде оқытушыларына өте қолайлы екендігі шындық.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Балықбаев Т.О., Сағымбаева А.Е. Педагогикалық тестілеу теориясы. Түсіндірмелік сөздік. Оқу-анықтамалық құрал. - Алматы. 2009. - 68 б.

2. Аванесов В.С. Основы педагогической теории измерения // Педагогические Измерения, 2004. - №1. - С.17-20.

Альжанова А.Б.

к.ф.н., доцент факультета журналистики

МОНИТОРИНГ: КАЗАХСТАНСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В настоящее время мониторинг стал неотъемлемой частью общества. Мониторинг – наблюдение, оценка, прогноз состояния и развития какого-либо явления. Очень часто слово мониторинг заменяется термином – отслеживание, что в сущности одно и то же. Мониторинг предполагает не разовое исследование, а некоторую последовательность отслеживания, позволяющую изучать объект анализа в развитии.

Медиамониторинг представляет собой процесс отслеживания в СМИ сообщений, соответствующих заданной тематике. Продуктом мониторинга СМИ может быть фрагмент или полный текст статьи, клиппинг, транскрипт эфирного вещания, видео- или аудиозапись эфира, статистический отчет, медиадайджест и др.

Обычно медиамониторинг осуществляется ежедневно, так как в случае более длительных промежутков времени его эффективность резко снижается, поскольку собранная информация устаревает, а реакция на нее запаздывает.

В настоящее время в Казахстане существует несколько компаний, которые предоставляют услуги мониторинга СМИ (ОО ИЦ Казахстанский Пресс-клуб, Агентство мониторинга СМИ «Медиа-Систем»). Мониторинг проводится по центральному, региональному, зарубежному печатным изданиям, а также по интернет-ресурсам, ТВ-каналам и лентам информационных агентств. Мониторинг региональных изданий позволяет получить полную картину, а просмотр информации на лентах информационных агентств дает возможность отследить первоисточник информации.

Работа с системой позволяет осуществлять оперативный круглосуточный контроль информационного поля, выгружать требуемые тексты в традиционный формат мониторинга, а также проводить ежемесячный анализ самостоятельно с результатами в виде графиков и таблиц. Услуги мониторинга и анализа СМИ позволяют поддерживать собственную информированность на самом высоком уровне.

В последнее время растет спрос на онлайн-мониторинг - мониторинг СМИ в режиме реального времени. Онлайн-мониторинг может быть ручным или автоматизированным. Ручной мониторинг заключается в том, что определенное количество людей ежедневно просматривает заданный список ресурсов и выводит

по ключевым словам и словосочетаниям, которые задает клиент. Далее строят отчет, состоящий из фрагментов или полных текстов с упоминанием ключевых слов. Но для этого вида мониторинга понадобится много времени и денег. Стоимость такой работы напрямую зависит от количества ключевых слов и страниц, которые нужно просмотреть. Однако данный подход обеспечивает высокое качество анализа информации. В автоматизированном мониторинге используют автоматизированные системы, которые ведут статистику упоминаний и строят отчет, не требуя участия в этом персонала.

При существующем количестве информации без автоматизированного мониторинга очень тяжело. Обеспечение полного и равномерного покрытия, конечно с учетом регионов и блогов, потребовало бы огромных человеческих ресурсов. Профессиональный аналитик способен обработать около 100 СМИ в день. При этом что влиятельных СМИ, которые необходимо принимать в расчет, становится все больше, мониторить все вручную очень дорого и нецелесообразно. А если просмотреть небольшое количество изданий, возникает риск потери важной информации со всеми вытекающими последствиями. Автоматические статистические системы позволяют решать задачи информационного обеспечения на другом качественном уровне, обеспечивая оперативность, точность и широту охвата информации. Вместе с тем автоматизированная система не совершенна, и часть анализа все равно делают люди.

За рубежом рынок систем мониторинга практически сформирован. Более 100 компаний работают над программным обеспечением для мониторинга СМИ. Лидерами на данный момент считаются сервисы CyberScan, eNow, eWatch, Clipping.Com, MarketingBase и Extrapola. Некоторые из них все еще используют ручной мониторинг – для проверки отчета перед отправкой клиенту. В американской компании Extrapola сотрудники, которые осуществляют такую работу, называют человеческим фильтром, а в eNow берут дополнительную плату за привлечение человеческого ресурса. Есть и продукты, которые используют ручной мониторинг. Например, WebScan от российского поставщика оперативного мониторинга информации в Интернете.

Компания Cision, ведущий мировой игрок на рынке мониторинга и анализа СМИ, поставщик программного обеспечения и комплексных решений для специалистов по PR и маркетингу, провайдер системы автоматизированного мониторинга и анализа СМИ CisionPoint. Система CisionPoint была запущена в ноябре 2007 года и на сегодняшний день насчитывает более 30000 пользователей в более чем 20 странах мира. CisionPoint доступна на восьми языках и используется специалистами PR-агентств, коммерческих и некоммерческих организаций, университетов, субъектами малого бизнеса и фрилансерами.

В Европе системы медиамониторинга намного мощнее и функциональнее. Можно видеть и анализировать многое в режиме онлайн: "Вам не нужно скачивать материалы, ждать построения графиков. Такой медиа-мониторинг идет и к нам по мере увеличения количества электронных версий газет и журналов".

На Западе также стремительно развивается мониторинг социальных медиа, таких как Twitter и Facebook. К примеру, Федеральный резервный банк Нью-Йорка высказывает заинтересованность в получении технологических предложений от разработчиков «Платформы по прослушиванию социальных медиа» (Social Listening Platform), которые позволят просматривать «наиболее

массовые платформы социальных медиа - Facebook, Twitter, Blogs, Forums и YouTube», пишет CNBC.

ФРС США также рассчитывает, что новая система мониторинга интернета будет способна выполнять такие задачи, как «управление кризисными ситуациями», «постоянный мониторинг переговоров», «идентификация и нахождение ключевых блоггеров и влиятельных персон интернета», а такое оборудование должно быть способно «собирать данные из различных источников информации, таких как CNN, WSJ, Factiva и другие». Другими словами, ФРС США хочет разложить все высказывания о себе на группы «негативное», «позитивное» и «нейтральное».

Мониторинг и анализ СМИ развивается параллельно с развитием СМИ в Интернете. И чем быстрее человечество сможет смотреть, слушать и читать онлайн все то, что издается и выходит в прямой эфир, тем честнее будут результаты исследования. Медиамониторинг станет в будущем базой для нового сервиса - предоставления информации, основой которой будет не хронологическое событие, а конкретный запрос о компании, персоналии, продукте и т. д.

Литература:

1. Анна Коцарь, Галина Петренко «Новый маркетинг: Следы за словами» - *Новый маркетинг*, N4, 2008.

*Аубакирова Ж.Я., д.э.н., профессор
Дуламбаева Р.Т., д.э.н., профессор*

ИСТОЧНИК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕСТВА

Значение и роль книгоиздания в современном обществе неоспорима. Это специфическая сфера человеческой деятельности, определяющая образованность и духовно-нравственное состояние общества, его культурный и интеллектуальный потенциал. Мировое сообщество высоко оценивает читательскую культуру личности: 2003–2013 годы объявлены ООН десятилетием грамотности. Сегодня книга является не только материальным носителем знаний, но и объектом культуры. Нередко хорошая книга – произведение высокого мастерства, а иногда – искусства. Невзирая на мощное наступление электронных информационных технологий, книга продолжает оставаться важным научным средством в получении и распространении знаний.

В современном обществе книгоиздательство испытывает две противоположные тенденции. С одной стороны, это стремление к самостоятельности, независимости, свободе в выборе приоритетов печати продукции, с другой - необходимость в государственной поддержке, помощи в решении многих юридических, экономических и организационных вопросов. Это законодательная деятельность в области авторского и издательского права, обеспечение свободы печати и беспрепятственное передвижение изданий.

В Республике Казахстан основные мощности по производству книгопечатной продукции представлены государственными издательствами, многие из которых стали акционерными обществами. Помимо государственных издательств, в Казахстане зарегистрировано большое количество частных