



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ  
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE  
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN  
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

## «МЕДИАБІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ КИБЕРӘЛЕУМЕТТЕНУ»

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

### МАТЕРИАЛДАРЫ

25 ақпан 2014



### МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

## «МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ»

25 февраля 2014



### MATERIALS

of the international scientifically-practical conference

## «MEDIA EDUCATION AND CYBER SOCIALIZATION»

February 25, 2014

Алматы 2014

**Екіншіден**, ұлттық менталитет тұрғысында экономиканың ерекшелігі компаниялар дағдарыс жағдайына ұшырағанда ғана қоғаммен байланыс орнатудың қажеттілігін түсіне бастайды.

**Үшіншіден**, PR қызметін ұсынғанымен оны кәсіби деңгейде жүзеге асыра алмайтын фирмалар дамып келе жатқан әлеуметтік-экономиканың сенімінен шығып, қоғаммен байланыстың мүмкіндіктеріне мүдделліктерін жоғалта бастайды. Одан кейінге қадам қоғамдық пікірді қалыптастыруға бағытталады. Бұл ретте қоғаммен байланыс саласымен тығыз байланысты бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ).

Ал, PR маманы:

1. Компанияның қайырымдылық шараларына демеу жасап, сонымен қатар мерзімді және аудио-визуалды материалдар дайындау керек.

2. Компаниялық жоспар, іс –шаралар, атқаруда басшылармен кеңесе отырып, шарадағы бірінші тұлға болуы қажет;

3. Әр түрлі қоғам мақсаттардағы айқындай отырып, корпорацияның пайдасына шешу;

4. Басқаруға көмектесу, бірақ қоғамдық ойға тікелсей әсер етпеу;

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Дихтль Е. «Практический маркетинг». - М.: Высшая школа 1995 ж.-24 б.
2. Шекова Е.Л. «Особенности маркетинга организаций культуры: Российский опыт». – 1992 ж.-34 б.
3. Сұлтанбаева Г. «Халықаралық қоғаммен байланыс»//Айқын газеті. - 2008 ж.- 9 б.
4. Сэм Блэк «Введение в PR» - М.: Феникс,- 1998 ж.-24 б.
5. Ньюсом Д., Ван С. «Все о PR. Теория и практика PR», - 2001 ж. -34 б.
6. Ситников В. «Репутация компании и управление персоналом имидж-контакт». М.-2003 ж.-13 б.
7. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.-1996 ж.-3 б.

**Велитченко С.Н.,**  
*кандидат филологических наук,*  
*доцент КазНУ имени аль-Фараби,*  
*профессор Российской Академии Естествознания*

## **РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА**

Современное ТВ развивается в принципиально новой ситуации, обусловленной особенностями современного информационного общества. Казахстан вот уже двадцать лет организует свое развитие по новым законам социально-экономического устройства. В сфере системы средств массовых коммуникаций произошли перемены, появились новые механизмы взаимоотношений журналистики и других общественных структур, изменились роль и функции журналистики. В условиях неоднозначности и противоречивости общественного развития журналистика выступает, во-первых, инструментом общественных, социальных и экономических перемен, а во-вторых, сама является объектом воздействия других, в том числе и новых, общественно-политических структур и социальных институтов.

В эпоху информационного общества представления людей о мире и происходящих процессах в значительной мере формируются средствами массовой коммуникации, поскольку имидж любого субъекта или объекта стал играть гораздо более важную роль, чем прежде. Являясь неотъемлемым компонентом культурного пространства, информационно – имиджевая политика приобретает огромное значение, а ее исследование носит все более актуальный характер. Образ государства – это база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности. Цель информационно - имиджевой работы – закрепление существующих и формирование новых позитивных представлений о республике в общественном мнении других стран.

Одной из лидирующих на информационном рынке Казахстана телекомпаний, активно работающих над положительным имиджем Казахстана в мировом сообществе, является Агентство «Хабар», осуществляющее вещание телевизионных каналов «Хабар» и «Ел Арна», спутникового канала KazakhTV, радиостанции «Хабар». Компания была создана в 1995 году на базе информационной службы Казахского ТВ, ее первоначальное название – «Национальное телевизионное информационное агентство (НТИА)». Сегодня «Хабар» - это:

- Два ведущих республиканских канала с устойчиво высоким рейтингом популярности;
- круглосуточный информационный канал Kazakh.TV с охватом территории стран Европы, Центральной Азии, Среднего Востока и северной части Африки;
- радио «Хабар» - одно из самых популярных в Казахстане. Приоритеты – информационные выпуски и музыкальные программы. Вещание ведется на казахском и русском языках;
- Трехязычный Интернет-портал «www.khabar.kz», который содержит информацию о важнейших событиях в стране и в мире. Обновляется ежедневно. На страницах сайта наиболее полно представлена информация об Агентстве.

Крупнейшие PR - акции Агентства «Хабар»: Евразийский медиа - форум – ежегодное профессиональное медиа - событие, на котором поднимаются наиболее актуальные вопросы развития евразийского журналистского сообщества и континента в целом. В работе форума регулярно принимают участие представители ведущих мировых СМИ США и Евразии, а также крупнейшие политические деятели. Генеральная ассамблея Азиатско-Тихоокеанского вещательного союза (ABU) Агентство «Хабар» является полноправным членом Азиатско-Тихоокеанского вещательного союза с 1998 года. Азиатско-Тихоокеанский вещательный союз - профессиональная ассоциация радио и телевизионных вещателей. Членами союза являются 102 организация из 52 стран региона. Это второй по величине в мире вещательный союз, миссия которого состоит в поддержке коллективных интересов радио - и телевизионных вещателей, содействие региональному и международному сотрудничеству между вещателями. Ретро-фестиваль «Алматы - моя первая любовь» - ежегодный музыкальный фестиваль, призванный сохранять в памяти современников уникальную субкультуру крупнейшего города Казахстана и страны в целом периода второй половины двадцатого столетия. В настоящее время «Хабар» представляет собой мощную корпоративную структуру, которая в ближайшем будущем по способу организации должна быть приближена к BBC, а по информационному признаку - к CNN.

Влияние информационных ресурсов на формирование имиджа государства, бесспорно, велико. Потому технический прогресс, демократизация гражданского общества объективно предопределили необходимость создания спутникового ТВ в молодом суверенном государстве. Kazakh.TV – в недавнем прошлом CaspioNet - стал первым национальным спутниковым круглосуточным телеканалом «О Казахстане в зарубежной прессе пишут много и охотно, но далеко не всегда эти публикации объективны и беспристрастны. С любовью о нашем государстве лучше нас не расскажет никто; главное - отказаться от привычных стереотипов и каждый раз по-новому открывать для себя свою страну, говорят в Агентстве "Хабар", ставшем пионером в деле создания спутникового ТВ. [1] Особенность подачи информации в том, что события в информационных выпусках не комментируются. Этот стандарт существует во всем мире. Зрителю преподносится факт в чистом виде, который он самостоятельно осмысливает. «Оперативность, безусловно, - определяющий признак новости. Оперативность как имманентное качество новостных сообщений положена в основу классификации жанров, используемых в отечественных информационных программах» [2]. Помимо информационных выпусков, для эфира Kazakh.TV готовятся специальные журналы о Казахстане, документальные и имиджевые фильмы и программы о нашей республике, о ее внешней и внутренней политике, природе, культуре, истории, образовании. Демонстрируются лучшие образцы отечественного искусства - театральные постановки, концерты классической музыки, телеверсии популярных фестивалей. Из-за границы поступает огромное количество отзывов. Люди приветствуют новый канал, рекомендуют что-то поменять или усовершенствовать в программной политике. Есть письма с предложением внедрить латиницу в титрах. Сегодня Казахстан является явным лидером в центральном-азиатском регионе. И в перспективе Kazakh.TV будет позиционироваться как информационный канал евразийской "пятерки" - Казахстана, России, Ирана, Азербайджана, Туркмении. У этих стран разные экономические и политические системы, но они связаны одним Каспийским морем и общими интересами.

Главная задача Kazakh.TV - подчеркнуть достоинства, не скрывая при этом недостатков. В нашей стране достаточно социальных проблем, и на канале не «закрывают на них глаза». Цель канала Kazakh.TV – дать максимально полную и объективную информацию о Казахстане, продолжить и расширить информационное сотрудничество с ближайшими союзниками нашего государства по объединительным политико – экономическим международным структурам.

Спутниковый телеканал Kazakh.TV - это, пожалуй, единственный казахстанский "игрок" на международном медиа-рынке. Он вещает на условиях договоров с операторами сетей