

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



Қазақстан 2050

III ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 4-15 сәуір, 2016 жыл

Студенттер мен жас ғалымдардың

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты халықаралық ғылыми конференциясының

МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 11-13 сәуір, 2016 жыл



III МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-15 апреля 2016 года

МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции
студентов и молодых ученых

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

Алматы, Казахстан, 11-13 апреля 2016 года



III INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-15 April, 2016

MATERIALS

of International Scientific Conference
of Students and Young Scientists

«FARABI ALEMI»

Almaty, Kazakhstan, 11-13 April, 2016

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

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

Журналистика факультеті
Факультет журналистики



III ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2016 жыл, 4-15 сәуір

Студенттер мен жас ғалымдардың
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ» атты
халықаралық ғылыми конференциясының

МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2016 жыл, 11-13 сәуір

III МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-15 апреля, 2016 г.

МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
Алматы, Казахстан, 11-13 апреля, 2016 г.

III INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-15 April, 2016

MATERIALS

Of International Scientific Conference of Students
and Young Scientists
«FARABI ALEMI»
Almaty, Kazakhstan, 11-13 April, 2016

Алматы
«Қазақ университеті»
2016

Акимбекова А. Контент-анализ реакции аудитории стран СНГ на фильм «Он и она» (Казахстан)	38
Ахметов М. Отечественный рынок интернет-ТВ: особенности, проблемы и перспективы развития.....	40
Ахметов М. Преимущества и перспективы онлайн-телевидения	41
Бектай К. Методика подготовки репортажа с массовых мероприятий. Исследовательский проект	42
Болатова А. О регрессе, самообразовании и чтении	42
Болатова М. Интерактивность как тенденция в развитии интернет-вещания	43
Ерняязова А. Понятие «конвергентный журналист»	44
Ильчибаева А. Журналистское образование в современных реалиях	45
Кайрат Т. Проблема освещения культуры в средствах массовой информации	46
Калтаева А. Контент-анализ характера публикаций о сетевом маркетинге в казахстанских СМИ	47
Карпова К. Интернетизация казахстанского телевидения: перспективы развития	48
Красикова В. Заголовки в СМИ как главная составляющая журналистского материала.....	49
Куспанова К. Контент-анализ передачи «Человек и закон» на предмет выявления спорных методов сбора информации	50
Лейман Е. Особенности взаимодействия с аудиторией на примере печатных зарубежных СМИ	51
Малтабаров М. Анализ казахстанских и российских новостных передач	51
Нургазиева Г. Популяризация социального значимого проекта «1000-летие Алматы» посредством ТВ-интервью	53
Пак Р. Влияние России на Казахстан: вектор медиапространства.....	53
Райысова А. Интервью как способ поддержания имиджа личности. Контент-анализ	54
Салапаева У. Казахстанский бизнес на примере журнала Forbes Kazakhstan.....	55
Сугрбаев М. Журналы мод в системе современных печатных СМИ	56
Сыздыкова Э. Женская личность в СМИ	57
Токсанова С. Художественно-публицистические жанры тележурналистики	57
Уткелбай А. Актуализация молодежных предпочтений посредством СМИ. Телепроект «От «А» - до «Я»	58

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС

Aminata Aisha Uedraogo. Environmental journalism in the space of modern communications in Western Europe and America	59
Aminata Aisha Uedraogo. Interpersonal communication and Media	60
Абдунасыр Ж. Әл-Фарабидің философиялық трактаттары	60
Аймақова Ә. Дағдарыс кезіндегі PR	61
Ақпанбетова А. Жаңа медианың дамуы	62
Асанова Н. Саяси PR	63
Әбілдашева С. Білім беру саласындағы PR	63
Әлиева Ф. Журналистік зерттеу	64
Бурахан А. Журналистің өзіндік стилі.....	64
Жолдыбай О. Журналистердің қауіпсіздігі	66
Капарова Е. Әскери қатыгестарды таратудағы БАҚ-тың манипуляциялық мүмкіндіктері.....	66
Қадыржан Ф. Қазіргі журналистикадағы психология аспектілері. Шетелдік тәжірибе	67
Қалитова А. PR қызметінің әр алуандығы.....	67
Мақұлбекова С. Медиабілім берудің Қазақстандағы журналистік білім берумен ықпалдасуының әлемдік тәжірибесі.....	68
Мұсаева Б. Сел қаупінен сақтайтын құрылғы.....	69
Нұрбекова А. PR-дағы маркетингтік зерттеулер	69
Нышанбай Н. Азаматтық журналистика – блогерлер назарында	70
Отарова Ж. Инновациялық PR-құралдар	70
Рахымжан М. Қазақ радиосы: әлем алдындағы беделі мен ұстанымы.....	71
Смаков Д. ОАР журналистикасы хақында	72
Сүлеймен Д. Такырш таңдаудағы талғампаздық	73
Төленті А. Саяси тақырыптарды журналистік зерттеу	74
Әлубаева А. Қоғаммен байланыс саласы.....	75

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Абдоллаева А. Антикризисный PR для авиакомпании «SCAT»	76
Абдимаева А. Восприятие рекламы и отношение к ней молодежи	77
Абдусалымова Э. Р. Инфографика в интернет СМИ: международный опыт	78
Айгараева Д. Технологии проведения традиционных PR-акций	79
Айгараева Д. Интернет-журналистика как новый виток в развитии отечественных СМИ.....	80
Айгараева Д. Актуальность стратегических PR-продуктов в условиях кризиса.....	80
Алиева Х. Оппозиционная журналистика.....	81

ным намерением говорящего/пишущего, то тип коммуникативного намерения должен определить выбор функциональных форм, языковых средств, определить смысловую завершенность, композицию текста.

Еще раз необходимо отметить, что в данной работе не стоит задача создания полной классификации типов газетных текстов. Но, основная задача работы - определить средства выразительности газетных заголовков - между тем тесно связана и с обозначенной проблемой.

Контент-анализ передачи «Человек и закон» на предмет выявления спорных методов сбора информации

Куспанова К.

КазНУ имени аль-Фараби

Научный руководитель: к.ф.н. Мустахова А.А.

Контент-анализ основан на изучении выпусков передачи «Человек и Закон» – проекта Первого канала (Россия) – в период с 23 октября 2015 года по 20 ноября 2015 года на предмет соответствия методов сбора информации журналистами проекта этическим нормам современной журналистики, в частности, «Международным принципам профессиональной этики журналиста» и «Кодексу профессиональной этики российского журналиста».

Совершенно недопустимым методом являются слухи, которые становились источником информации за исследуемый период 11 раз. Их подача начиналась со слов «всем известно...», «говорят...», «если верить слухам». Слухи дезинформируют аудиторию, манипулируя ее сознанием, что запрещают пункт 1 международных принципов этики «Право граждан на достоверную информацию» и пункт 1 российского кодекса, который гласит: «Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен...». Зафиксированы идентичные случаи сбора информации методом высказывания и оглашения предположений.

Если сравнить стандарты этики журналистов России, где сказано, что журналист обязан четко проводить в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предположения, со стандартами ВВС, где под схожее описание попадает первый пункт «Беспристрастность» документа «Рекомендации продюсерам ВВС», то также можно обнаружить нарушения. В частности, стандартный метод сбора информации интервью в данной передаче также выступает как спорный. На протяжении исследования выявлено 18 случаев интервью с заинтересованными личностями: жертвами, которые бездоказательно обвиняют героя репортажа; людьми, которые были сняты с занимаемого ранее служебного поста из-за действий героя репортажа и т.д. – когда, в соответствии с указанным пунктом, беспристрастность журналиста не соблюдается, так как интервью с заинтересованными личностями подбираются под предположения журналиста, якобы выступая средством аргументации, что дезориентирует аудиторию.

Оперативные съемки, как метод сбора информации не менее спорны, так как возникает вопрос о личных правах и свободах человека. Зафиксировано 36 случаев использования видеосъемки без согласия участников съемки, на момент досудебного расследования, когда задержанные и арестованные лица еще официально не названы преступниками. Здесь нарушается 10 пункт кодекса этики российского журналиста: «Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное...» Ведь необоснованное обвинение героя съемки может напрямую отразиться на его жизни: общественном порицании обвиняемого и его родственников, отказ в предоставлении рабочего места и т.д.

Телефонные записи и съемки скрытой камерой – методы, основанные на обмане, нарушают сразу несколько этических стандартов: уважение частной жизни и достоинства, уважение права физических и юридических лиц не предоставлять информацию, обращение к незаконным и недостойным способам получения информации, уважение чести и достоинства объекта журналистского труда.

Для сравнения, по кодексу чести английского журналиста при указанных видах сбора информации нарушаются следующие пункты: запрет на наведение справок о личной жизни людей и публикации данных без их согласия; редакционную объективность; уважение к закрытости частной жизни, к стандартам вкусов и приличий; справедливость по отношению к интервьюируемому.

Обнаружено 13 записей телефонных разговоров, 23 съемки скрытой камерой. Сегодня журналисты часто прибегают к данным методам сбора информации для формирования доказательной базы своего материала при проведении журналистского расследования. Связано это с желанием представить аудитории убедительную информацию. Однако в погоне за яркими «неоспоримыми аргументами» журналисты сами стали пренебрегать этическими нормами. Наблюдается

модификация этических стандартов в сторону зрелищной журналистики. Однако применение данных методов сбора информации далеко не всегда оправдано.

Эксперимент и метод включенного наблюдения выступают спорными методами, так как участники репортажа снимаются без их согласия, а значит, их права могут нарушаться. Обнаружено 9 случаев применения эксперимента и 6 случаев использования метода включенного наблюдения.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что на данном этапе развития журналистики профессиональные этические стандарты нарушаются при определенных методах сбора информации, а также имеют тенденцию модифицироваться под нужды журналистов, которые в погоне за актуальной, оперативной и зрелищной информацией, нередко идут на сделку с нормами этики и чести.

Особенности взаимодействия с аудиторией на примере печатных зарубежных СМИ

Лейман Е.

КазНУ имени аль-Фараби

Научный руководитель: ст.преп. Нода Л. П.

В условиях глобализации и быстро развивающейся конвергентности может показаться, что исследование особенностей печатных СМИ не актуально. Однако нельзя исключать тот факт, что именно печатные средства массовой информации являются самым долгоживущим инструментом распространения знаний.

В то же время необходимо поставить и несколько задач, которые позволят в полной мере отразить суть рассматриваемой темы: проанализировать опыт культовых печатных изданий ближнего и дальнего зарубежья, выявить среди имеющихся публикаций примеры, доказывающие, что данное СМИ оказывает невербальное давление на своего читателя; рассмотреть и доказать, каков опыт подобного взаимодействия; сравнить и проанализировать попытки отечественных печатных изданий заимствования у зарубежных изданий способов взаимодействия; попробовать спрогнозировать появление новых способов взаимодействия с аудиторией на примере печатных зарубежных СМИ.

Сегодня в условиях глобального информационного потока СМИ отходят от традиционных способов подачи информации и используют иные методы. Есть необходимость собрать эти методы и создать новую классификацию, которая бы отвечала современным требованиям.

Предметом изучения данной работы станет информация. Эффективность работы любого СМИ зависит от того, каким образом в его материалах учитываются особенности читательской аудитории. Высокая эффективность требует понимания и восприятия своего читателя. Главным критерием выступают здесь информационные интересы, а постановка целей, чтобы не быть произвольной, должна опираться на конкретные представления современного положения дел. Именно тогда становится ясно, какие знания, идеи, ценности надо поддержать и развить, что в сознании аудитории перестраивать, вытеснять, чем пополнить информационную «картину мира» читательской аудитории.

Проблема взаимодействия аудитории - одна из центральных проблем изучения средств массовой коммуникации. Каждое новое появившееся средство предполагает качественно новый тип отношений между аудиторией и СМИ. Разнообразие каналов коммуникации увеличивает возможности СМИ влиять на аудиторию, но при этом аудитория получает больше возможностей для обратной связи. Значительное увеличение доли рекламного бюджета в финансировании СМИ привело к изменению представлений о функциях СМИ в обществе и в значительной мере способствовало тому, что аудитория стала рассматриваться не как пассивный реципиент, а как партнер коммуникации.

Теоретическая ценность исследования будет заключаться в том, что автор классифицирует уже известные методы взаимодействия СМИ и аудитории с с вновь появившимися, расскажет о прогнозах влияниях таких способов на читательскую аудиторию.

Анализ казахстанских и российских новостных передач

Малтабаров М.

КазНУ имени аль-Фараби

Научный руководитель: д.ист.н., профессор Барлыбаева С.Х.

Новостные каналы Казахстана и России продолжают свое существование уже длительное время, и при этом, они не только не потеряли свою популярность, но продолжают выпускать самые рейтинговые программы у себя в стране.