

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

Жаһандану мен журналистика: кемшіліктер, жетістіктер

Оташ Г.

эл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Ғылыми жетекшісі: аға оқытушы Әлім Ә.А.

Жаһандану бүгінгі таңда жиі қолданылатын ұғым бола отырып, оның қызметіне дүниежүзілік экономиканың дамуына, жетілген компьютерлік технологияға, біріккен ақпараттық кеңістік құруына негіз болу жатады. «Жаһандану» ағылшын тілінде «Globalization» - қоғамдағы әлеуметтік топтардың арасындағы айырмашылықты айқындап, адам, мәдениет, тіл, білім, рухани-адамгершілік даму, халықаралық қатынастарға әсерін тигізіп отыр.

Қазақ медиа жүйесінде де орталықтану үрдісі кең өрістеп келеді. Бүгінде қолында байлығы мен билігі бар әрбір олигархтың телеарна ашып, газет шығаруға мүмкіндігі бар. Көңілге қонымдысы, олардың халыққа ақпаратты жеткізу барысында журналистер мен өзге де техникалық мамандарға жұмыс орындарын ұсынып, белгілі бір деңгейде бәсекелестікке түсіп, медиабизнестің көрігін қыздырып отырғаны. Көңілге қонымсыздығы, баспасөзді түрлі позициядағы топтардың өзара есеп айырысуына пайдалануы, журналистерге тапсырыспен мақала жаздыру, телехабарлар дайындату.

Қазіргі кезде әлемдік жаһандану науқанында БАҚ-на жүктелген бірнеше проблемалар өз шешімін табуы күтуде:

а) Жаһандану-глобалды проблемалардың көп векторлы шоғырлануынан туындайды. Бұл тілдің экспансиялануына және белгілі бір аудиторияға бағытталған ақпарат өнімінің қалыптасуына әкеледі. Тұтыну-көпшілікке бағытталған болса, стандартизацияланған тұтынушы-пассивті қызмет атқарады.

б) Журналист пен аудиторияның әлем туралы көзқарастарының сәйкессіздігі, яғни, журналистің аудитория көңілінен шықпауы. Бұл журналистиканың аудиториядан, тұтынушыдан ажырауына әкелетін бірден-бір жол.

в) Аймақтардағы жарнама берушілердің санын шектеу, яғни, бұл-журналистика саласына түсетін пайда үлесінің төмендеуіне әкеледі.

г) Билік құрылымдарына және аймақтағы үстемдік ететін өндірістік- қаржы топтарына тәуелділік.

д) Талпыныспен жасалған материалдардың басымдығы, PR мен жарнама қызметтерінің араласып кетуі.

е) Ақпарат құралдардарының қызметін өтейтін қаржы көлеміне зиян келтіру.

ж) Мемлекеттегі адам басына шаққандағы басылымдар сапасының төмендеуі.

з) КСРО құрамындағы мен бүгінгі күннің басылымдарын салыстырғандағы тираж санының арасы жер мен көктей.

и) Сонау Әлихандай азаматтарымыздың батысқа бет бұруымыз керек дегенді асыра пайдаланған біз «Сары» басылымдар санының артуына жол ашып отырмыз.

к) Ақпараттық соғыстардың белең алуы.

л) Журналистердің өзіне шаң жуытпауы.

м) Қияли құндылықтарға культивациялық жағдайдың болуын туындату.

н) Ақпарат ағымы санының көптігі оқиғаны талдап, қорытуға мүмкіндік бермейтіндігі.

о) БАҚ-ын коммерцияландыру.

п) Халықтың БАҚ-на деген сенімінің жоғалуы.

Қазақ медиа жүйесінде орталықтану үрдісі кең өрістеп келе жатқан салалардың бірі. Бүгінгі күні қолында байлығы мен билігі бар әрбір олигархтың телеарна ашып, газет шығаруға мүмкіндігі бар заман. Оның өз кезегінде көңілге қонымды да, қонымсыз да қырлары баршылық. Көңілге қонымдысы: ондай олигархтардың халыққа ақпараттық қызмет көрсетудегі журналистер мен өзге техникалық мамандарға жұмыс орындарын ұсынып, белгілі бір деңгейде бәсекелестікке түсіп, медиабизнестің көрігін қыздырып отырғаны.

Көңілге қонымсыздығы: баспасөзді түрлі позицияны ұстанатын топтардың өзара есеп айырысуына пайдалануына итермелеуі. Мұның салдары: қоғамымызда журналистердің тапсырыспен мақала жаздыратын, тапсырыспен телехабарлар дайындатқызатын лас іс-әрекеттерге баруына әкелетін, БАҚ-ның беделін түсіретін әлеуметтік дерттің бір түрі.

XX ғасыр және қазақ публицистикасы

Пердебек Р.

эл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Ғылыми жетекшісі: филол.ғ.к., доцент Өзбекова Г.С.

Жалпы, қазақ публицистикасында XX ғасырдың орны ерекше. Бұл ғасыр кешегі «Алашорда», «Түркістан автономиясы», т.б. көптеген ірі ұйымдардың ғасыры. Қазақ мүддесін, бүкіл түркі жерінің

Ғылыми редактор:
ф.ғ.к., доцент **Медеубек С.**

Жауапты редактор:
аға оқытушы **Дәуренбекова А.А.**

Жинақ хатшылары:
Жұртбай Н., Сапарходжаева Н., Тілепберген А.

Студенттер мен жас ғалымдардың «Ш Фараби оқулары» атты халықаралық ғылыми конференциясының материалдары. Алматы, Қазақстан, 11-13 сәуір 2016 ж. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 136 б.

ISBN 978-601-04-1787-8

Жинаққа студенттер мен жас ғалымдарға арналған халықаралық ғылыми конференцияның тезистері енгізілген.