



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ  
ТҰҢҒЫШ ПРЕЗИДЕНТІ - ЕЛБАСЫНЫҢ ҚОРЫ

**«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»**

студенттер мен жас ғалымдардың  
XII Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

---

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XII Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
**«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»**

---

PROCEEDINGS  
of the XII International Scientific Conference  
for students and young scholars  
**«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»**



14<sup>th</sup> April 2017, Astana



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**«Ғылым және білім - 2017»  
студенттер мен жас ғалымдардың  
XII Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XII Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«Наука и образование - 2017»**

**PROCEEDINGS  
of the XII International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«Science and education - 2017»**

**2017 жыл 14 сәуір**

**Астана**

**УДК 378**

**ББК 74.58**

**Ғ 96**

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2017

акцентировать всё внимание на том, что происходит на поле непосредственно в эту секунду.

- В матчах комментатору недопустимо заявлять о том, что одной из команд он симпатизирует больше другой, нельзя поддерживать одну команду больше или же нелестно отзываться о другой команде. В идеале, никто из зрителей не должен знать или же догадываться о том, за какую из команд болеет комментатор. Но! В играх, когда играет сборная Казахстана, можно и даже нужно поддерживать свою страну, разумеется, в пределах разумного.

Помимо всего вышеперечисленного, существует еще и одна особенность, которая может задевать девушек, которые хотят всерьез заниматься спортивным комментированием. В мире очень мало девушек, которые комментируют футбол. Есть женщины, ведущие трансляции с соревнований по биатлону, трансляции марафонов. К этому относятся нормально, считают, что это в порядке вещей. Совсем другое дело - футбол. Опрашивая респондентов, слышали много мнений по поводу того, почему нет женщин - комментаторов в мужском футболе. Одни считают, что девушки недостаточно эмоциональны, другие - что слишком эмоциональны, говорили и о том, что девушки попросту не могут разбираться в футболе, что женский голос слишком мягкий для такой грубой игры. И все-таки, стоит ли определять профессионализм гендерными признаками? Уверены, что шанс попробовать себя в роли комментатора нужно дать девушкам, возможно кто-то и воспримет это негативно, но если девушка будет действительно профессиональна, покажет, что отлично разбирается в футболе, то, думаем, никто и не будет против девушек-комментаторов.

С другой стороны, возможно, проблема и состоит в том, что все-таки найти комментатора женского пола сложнее, ведь по сравнению с мужчинами, гораздо меньше девушек увлекается спортом, еще меньше интересуется футболом. да и не все девушки пойдут в комментаторы, зная какое к этому отношение в обществе.

В заключение следует отметить, что все проблемы отечественного спортивного комментирования можно решить, если их решению будет уделено достаточно внимания со стороны государственных структур и спортивной общественности. В нашем понимании первым позитивным шагом в этом направлении может стать открытие школы подготовки квалифицированных кадров спортивных комментаторов.

#### **Список использованных источников**

1. Психология журналистики - [http://ru.wikibooks.org/wiki/Психология\\_журналистики](http://ru.wikibooks.org/wiki/Психология_журналистики)
2. Спортивный комментатор - <http://www.profguide.ru/professions/sportivnyy-kommentator.html>
3. Спортивный комментатор. Секреты профессии - [http://www.trud.ru/article/16-06-2010/244252\\_sportivnyj\\_kommentator\\_sekretu\\_professii.html](http://www.trud.ru/article/16-06-2010/244252_sportivnyj_kommentator_sekretu_professii.html)

ӘОЖ 009

### **ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАНЫҢ ОРНЫ**

**Отарбаева Бақытжан**

[b.otarbaeva@mail.ru](mailto:b.otarbaeva@mail.ru)

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті  
Журналистика және саясаттану факультетінің 3 курс студенті  
Ғылыми жетекші – М.Б.Шиндалиева

Қазіргі таңда бүкіл әлемде жаңа бір эра басталды. Бұл – ақпарат эрасы. Ақпарат саласында жаңа технологияның ұтымды пайдаланылуы - журналистиканы одан әрі дамытып, әлеуетін арттырды. Газет-журнал шығару ісінде, телевизия мен радио саласында көп

жетістіктерге қол жеткіздік. Міне, осы себепті де біз жаңа ақпараттық қоғамға қадам басып келеміз. Ақпарат әлемінің жаһандануы деген атауға ие болған бұл процес кейінгі жылдары үлкен қарқын алуда. Ақпарат саласының техника тілімен сөйлеуі, оның шексіз мүмкіндіктерін меңгеруі көрерменді (тыңдарманды, оқырманды) өзінен мыңдаға шақырым қашықтықтағы оқиғаның куәгеріндей сезіндірді. Осыған орай, жаңа медиа журналисі қойылатын талаптар да өзгеруде.

А.Амзин «Жаңалықтық Интернет журналистика» атты еңбегінде жаңа медиа журналисінің мынадай қағидаларын атап өтеді: сауаттылық, ізденгіштік, бірнеше тіл білу, әмбебаптылық, сапалы сараптама жасау. «Интернет журналистика баспа өнімдерімен немесе телевизиямен, радиомен жұмыс істейтін журналистерден әлдеқайда көп жеделдік пен жауапкершілікті талап етеді. «Әлемдік интернеттің дамуымен қатар танымалдылық пен жаппай қолданысқа ие болған журналистиканың жаңа, тың бағыты. Өзін журналист ролінде сынап көргісі келетін кез-келген тұлғаға шексіз мүмкіндігі бар, ерекше санат. Азаматтық журналистика, индивидуалды журналистика, гонзо-журналистика, блоггерлік — мұның бәрі осы интернет журналистиканың бағыттары»[1,235-б], -дейді интернет журналистиканы зерттеуші ғалымдар. Өйткені, газет аптасына бір рет немесе екі күнде бір рет ақпарат таратуы мүмкін. Телевизия мен радиоға жаңалықтар күн үш рет қана ақпарат тартуы мүмкін. Ал интернет әлеміндегі ақпарат әр секунд сайын миллиондап саналады. Ақпаратты алғаш және сауатты жазған БАҚ қана көшбасшы саналады. Жаңа медиа редакциясында корректор, литредактор деген мамандықтар мүлде жоқ. Бұл жаңа медиалық журналиске екі есе көп жауапкершілік пен сауаттылықты талап етеді. Сауаттылық сауатты тақырып қоядан басталады. Дұрыс қойылған тақырып – жартылай біткен жұмыс. Тақырыбыңыз жаңалықтың ең қызықты қырын ашып көрсетіп тұруы тиіс.

Интернет журналисі теле немесе радио және газет журналисімен салыстырғанда, әлдеқайда жақсы іздей алуы тиіс. Елестетіңіз, сізге қызықсыз ақпарат келіп түсті. Сіз дәстүрлі медианың журналисі болсаңыз, берілген ақпаратты сол күйінде ғана берер едіңіз. Алайда, жаңа медианың журналисі үшін бұл мүлді жеткіліксіз. Жаңа медиа журналисі қызықсыз ақпараттың өзін қызықты ақпаратқа айналдыруы тиіс. Бұл ретте жаңа медиа журналисінің қолында жағдайды өзгерте алатын сиқырлы таяқ бар. Ол – ғаламтор. Сіз ғаламтор арқылы ақпарат агенттіктерінен келген ақпараттан бөлек, өте қызықты дүниенің қай шетіндегі болмасын ақпаратқа қол жеткізе аласыз. Бұл – үлкен мүмкіндік, фантастикалық ертегідегі сиқырлы таяқ секілді, сіздің ақпаратыңызды бір сәтте-ақ түбегейлі өзгертіп, ең қызықты ақпаратқа айналдыра алады. Осындай артықшылығыңызды пайдалану үшін сіз кәсіби түрде ізкесушіге айналуыңыз тиіс. Олай болмаған жағдайда, бұл мүмкіндікті сіздің басқа әріптесіңіз пайдаланды. Соның салдарынан сіз ақпарат тасқынында қалып қоясыз да, сұранысқа мүлде ие емес журналиске айналасыз. Бұл сіздің журналистің қызметіңіздің нүктесін қояды.

Интернетте жұмыс істеу үшін журналист орыс тілінен және мемлекеттік тілден басқа қосымша бірнеше әлемдік тілді білуі тиіс. Ол «Переводчикті» қолданбайды десе де болады. Бұл жақсы қасиеттердің бірі. Әлемде жер көлемі бойынша 9-орын алатын Қазақстаннан әлем 187 есе үлкен, ал орыс тілді мемлекеттердің барлығының жер аумағын қоссақ, әлем 7 есе үлкен екенін ескерсек, бұл қажеттілік айдай анық көрінеді. Егер жаңа медиа журналисі әлемдік бір тілді білмейтін болса, 7 есе көп ақпараттан құр қалады екен.

Әмбебаптылық интернет-журналист барлығының қолынан келетін іс. Ол графикалық редактор секілді «Photoshop» немесе «Gimp» сияқты бағдарламалармен жұмыс жасай алатын болуы керек. Қазір ең сәнді сөздердің бірі – дизайн. БАҚ-тың дизайны дегеніміз – көркем безендіру екені бәріміз білеміз. Бірақ дизайн ұғымының мағынасының өз мәнінде ашылуы жаңа медиамен тікелей байланысты. Өйткені, соңғы ғылыми-техникалық революциялар дизайнның дамуына үлкен мүмкіндіктер берді. Ақпараттың дұрыс орналасуы, әдемі безендірілуі, сайт редакциясының толық жоспары, түрлі көркемдігіш бағдарламалардың кеңінен пайдаланылуы дизайннан көрініс табады. Міне, осы дүниелер оқырманды тартуда басты қызмет атқарады.

Сапалы сараптама жасай білу интернет журналисінен деректерге сүйене отырып, ақпаратты қысқа әрі нұсқа береді. «Bnews.kz» немесе «today.kz-те» ақпарат сапалы болуы үшін өз кезегін күтіп тұрмайды. Редактордың бұл тақырыпты бұрыннан білетіні немесе ақпарат көзін қайдан алуға болады, тақырыпты ашу қаншалықты қиын деген сұрақтар редакцияны қызықтырмайды. Кез-келген ақпаратқа журналист сараптама жасап, қарапайым тілмен түсіндіріп, ең құлықсыз пайланушының (оқырман, тыңдарман, көрермен) өзін тартуы тиіс. Футурологтардың пікірінше, ғылыми-техникалық революция бұқаралық ақпарат құралдарын да айналып өтпеген. Және БАҚ-тың өзгеруінің басты себебін осымен түсіндіреді.

Қазірдің өзінде техника қуаты кез-келген тұтынушыға керек ақпаратты дүниенің қай шетінен болсын алуына мүмкіндік беріп отыр. Электронды техника арқылы ақпарат алу мен беру, тікелей эфирден шет елден хабар тарату сияқты жаңа мүмкіндіктердің пайда болуы журналист қызметінің жаңа технологиясын айқындап берді. Бұл журналиске үлкен мүмкіндік беруімен қатар, үлкен жауапкершілік те жүктейді. Қазіргі журналистің ақпаратты таратуы мен талдауы бәсекеге қабілетті болмаса, ақпарат тасқынында қалып қояры анық. Міне, осы себепті де қазір ақпарат тарату үдерісінің дәстүрлі қағидалары өзгеріп, жаңа қағидаларды тудырды.

Интернеттегі басылымдардың ресми БАҚ-тан беделі кем емес. Интернет басылымда қызмет ететін журналист (интернет - журналист) дәстүрлі журналистиканың жұмыс істеу қызметіндегі ең бастысы әрі маңыздысы – оның интернеттегі құқылық аспекті. Дәлірек айтсақ, журналист интернет желісіне жариялаған әрбір мақаласына жауапты, бірақ тәжірибе жүзінде бұл жағдай көбінде іске аспайды.

Қазіргі дүниежүзі халқының назары ғаламторға ауған ХХІ ғасырда электронды БАҚ-тың келешегі жарқын. Оның дәстүрлі газет-журналдардан артықшылығы жеделділігінде. Өйткені бүгінде қандай жаңалықты болмасын, оқырманға электронды БАҚ-тың жылдамдығы айтарлықтай шектеусіз. Статистикаға сүйенсек, ғаламтор қолданысқа енгеннен кейінгі алғашқы бес жыл ішінде оны 50 миллион адам қарап үлгеріпті. Радио мұндай аудиторияны 38 жылда, телевидение 13 жылда жинап үлгерген [2,48-б]. Ал соңғы жаңалықтар бойынша, 2020 жылға қарай интернет қолданушылардың саны 5 миллиардтан асады. Бұл туралы Google-дың Ресейдегі маркетинг жөніндегі директоры Дмитрий Кузнецов Google Think Performance конференциясында мәлімдеді. Ал, академик Ғ.Есімнің: «...біздің өмір сүріп жатқан қоғамымыздың мазмұнын анықтайтын фактор - ақпарат. Оны біз ақпараттық қоғам деп жүрміз. Бүкіл әлем бір сәтте үйіңізге сыйып кетеді. Интернет, электрондық пошта жүйесі, жетілген коммуникация әлемді тұтастырып барады. Бұрынғыдай әр елдің «сырын» сақтауы мүмкін емес. Ел ішіндегі оқиға күні ертең әлем тілдеріндегі басылым беттерінде жария етілмек. Мұның бәрі қазақстандықтардың ой-өрісіне, сезім-санасына, мінезіне, тұрмысына сапалы өзгерістер енгізуде» [3,10-б], – деген пікірі интернеттің зор мүмкіндігін паш етеді. Жалпы, өз басым күнделікті өмірде ғаламтордан 24.kz, tengrnews.kz, nur.kz, zakon.kz, inform.kz, bnews.kz ақпарат агенттіктерін күнделікті оқимыз. Басты себебі, жылдам және ыңғайлы. Электронды БАҚ-тың болашағы жарқын деген көпшілік пікіріне қолдау көрсетуге болады. Дегенмен, дәстүрлі БАҚ-та өз орнын жоймасы анық. Оның дәлелі **«Abai.kz» ақпараттық порталының бас редакторы Дәурен Қуаттың сөзі** *«Интернет күн сайын дамып, қолданушылар саны артып келеді. Дегенмен, жаңа медианың дәстүрлі медианы алмастыруы қиындау. Өйткені жаңа медиа тек құрал, ақпаратты тез, жылдам жеткізудің тәсілі. Осы тұрғыдан жаңа медиа сұранысқа ие болады. Бірақ дәстүрлі медиа өмір сүре береді. Себебі, ақпараттың негізгі мазмұны өзгерген жоқ. Бар болғаны оны жасау тәсілі жаңарды»*, -дейді. «Қазіргі интернеттің даму қарқыны жоғары және басқа БАҚ-тардан көп айырмашылығы да жоқ. Интернеттегі БАҚ оқырманға қажет функцияларды атқарады және заңға да бағынады»[4,58-б], -дейді ғалымдар. Интернет журналистиканың қызметі интернет арқылы бұқаралық коммуникация ортасы ретінде өзекті ақпаратты жинау, өңдеу, мерзімді таратудың қоғамдық қызмет көрсету түрін қамтиды. Ғаламтордағы журналистиканы ХХІ ғасырдың басында толықтыратын блогосфера

танымалдылығы тәулік сайын ұлғаюда.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика. –М.: 2015.
2. Омашұлы Н. Ақпарат әлемі. –Алматы: Қазығұрт, 2006.
3. Ғарифолла Е. Абай туралы философиялық трактат. Монография, зерттеулер. - Алматы : Жазушы, 1992.
4. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

УДК 009

## ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ МЕДИАКОНТЕНТА СМИ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ МЕДИАКАНАЛАМ

**Пилейко Ангелина Игоревна**

*linol9t@yandex.by*

Магистрант кафедры редакционно-издательских технологий  
факультета прінттехнологий и медиакоммуникаций

Белорусского государственного технологического университета, Минск, Беларусь

Научный руководитель – кандидат филологических наук,  
профессор кафедры Л.И. Петрова

Стремительное развитие информационных технологий создает новое пространство и новые возможности для потребления и распространения информационного продукта, что привело к постепенному переходу печатных СМИ в интернет-пространство. В условиях доступности и оперативности информации, отсутствия временных ограничений и географических преград для ее распространения и потребления, финансовых затрат на печать аудитория, использующая сеть интернет как способ массовой коммуникации, непрерывно растет. Особенно процессы конвергенции («конвергенция» – процесс сближения, схождения) актуальны для изданий, целевая аудитория которых – молодежь. К таким изданиям, в первую очередь, относятся университетские газеты и журналы. Стоит учитывать тот факт, что молодежь в качестве медиапотребителя предпочитает значительную часть информационного потока получать через веб-сайты и социальные сети, и с этим нужно считаться. Опрос среди студентов Белорусского государственного технологического университета показал, что популярная на просторах СНГ социальная сеть «ВКонтакте» используется не только как платформа в интернете для общения, но и как своеобразный поставщик информации. Также большинство респондентов (87 из 230 человек) указали, что проводят в день в соцсети около 2–3 часов в день.

В сложившейся ситуации редакции университетских СМИ создают и развивают интернет-версии газет и журналов. В отличие от периодического издания в бумажном виде, интернет-версия удобна для потребителя тем, что дает возможность просматривать новости в любой момент и фактически на ходу: в общественном транспорте, в перерывах между учебной или работой, в очередях и т.д. Однако неэффективным считается подход, когда веб-ресурсы представляют собой зеркальное отражение печатного издания и полностью дублируют материалы, размещенные в издании. Публикуемый в веб-среде контент должен проявлять характерные черты дигитальности (представление информации в цифровой форме), мультимедийности (сочетание текстовой, аудиальной, графической и видеоинформации), гипертекстуальности (наличие в контенте электронных ссылок на другие тексты, документы, сайты, что задает информации нелинейный вид), интерактивности (возможность обратной связи и непосредственного участия в процессе коммуникации). Кроме того, при подготовке информации для сайтов и социальных сетей необходимо учитывать особенности конкретной веб-среды, чтобы текст, фото, иллюстрации, аудио- и