



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

информации. Так, в настоящий момент происходит переход от мультимедийных редакций к конвергенции и кроссмедиа, что само по себе является инновацией. Таким образом, журналистика и инновации — явления взаимопроникающие, а Интернет — не только сеть, но и приобретение традиционными СМИ возможности выйти на качественно новый уровень, их трансформация в новое состояние, которое служит развитием новой, журналистики, меняющей положение данных СМИ на информационном рынке.

Список использованных источников

- 1.Иосиф Дзялошинский. Инновационная журналистика. Модное словосочетание, или путь развития СМИ. [Электронный ресурс] //Иосиф Дзялошинский и команда URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/dzyalosh-02/dzyalosh-02.pdf>
- 2.Играев Б.А. Издержки трансформации СМИ // Журналистика в 2009 г. Трансформация систем СМИ в современном мире: Сб. материалов межд. науч.-практ. конф. М.: Ф-т журн. МГУ, 2009. С. 18
- 3.Уразова СЛ. Конвергентная журналистика в цифровой медиа-среде: методическое пособие. - М.: ИПК, 2010. - С. 11.

MASS MEDIA: ДАМУ ЖОЛДАРЫ. МЕДИА КЕҢІСТІКТЕГІ БҰЛТТЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Ғарыпжан Архат

ar.government@mail.ru

Қоғаммен байланыс мамандығының 3 курс студенті
Телерадиожурналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы

Журналистика және саясаттану факультеті

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, Астана, Қазақстан.

Ғылыми жетекшісі-О.І.Тұржан

Интернетті ойлап тапқаннан кейін әлемде онлайн-жұмыс деген арнайы термин пайда болды. Ол виртуалды кеңістік басымдықтарын пайдалана отырып, жекелеген қызметкерлер мен бүтін компаниялар жұмысының түрлерін сипаттайды. Электронды пошта сервистерінің жаппай іске қосылуымен адамдар дүниежүзілік ғаламторға қосылған компьютердің көмегімен ақпаратты көзді ашып-жұмғанша алып, жіберуге мүмкіндік алды. Батыс елдерінің көп ұйымдары өз ұжымдарын таратып, қызметкерлерінің үйде жұмыс істеулеріне рұқсат етеді. Олармен байланыс интернет арқылы орнатылады. Жұмыстың осындай сызбасы үлкен кеңселерді ұстауға (орынды жалға алу, коммуналдық қызметтер, ұйымдастыру техникасы, әлеуметтік пакеттер) бөлінетін шығындарды кемітуге мүмкіндік береді, сондай-ақ қызметкерлердің уақытын үнемдейді. Жұмысты виртуалдандыру трендінің аясына нарықтағы фрилансерлер санының өсуі де енеді, мәселен АҚШ-та 2005 жылы «тәуелсіз мердігерлердің» үлесі 7,4%, ал 2012 жылы 25% құрады. Көбіне фрилансерлердің қатарында бағдарламашыларды, веб-дизайнерлерді, копирайтерлерді, аудармашылар мен тілшілерді кездестіруге болады. Алайда ірі компаниялардың басшылары, сонымен бірге орта буынның басшылары да бүгінгі таңда істерін планшетті компьютерлер мен смартфондардың көмегімен жүргізе отырып, виртуалды технологиялардың басымдықтарын белсенді түрде пайдалануда. Мәселе тек тапсырыс беруші мен орындаушы арасындағы барлық жұмыс үдерістерін жүйелендіре отырып, тиімді коммуникациялық желіні қалай құруда болып отыр.

Ақпараттық технологиялардың қарыштап дамуы нәтижесінде, ғаламтор әлемдік сипатқа ие болып, таралымы мен тағылымы зор құбылысқа айналды. Ғаламтор, қоғамдық өмірдің барлық саласына дендеп енді: саясат пен экономика, әлеумет, мәдениет пен өнер т.б. Әсіресе, бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына айрықша әсер етіп, бір сатыға көтерді.

Ғаламтор ақпарат ағынының тиегін ағытты, әлемдік ақпараттық кеңістікті қалыптастырып, шеңберін кеңейтті, журналистиканың тың саласы-жаңа медианы жасады.

Ақпараттық технологиясы жоғары деңгейде дамыған Батыс елдерінде БАҚ жүйесінің аты да, заты да өзгерді. Мысалы, «Mass Media», «Mass communication» деген атаулар тұрақты қолданысқа енді. Қарап отырсақ, қазір «мен» деген БАҚ барлығында дерлік веб-сайт, портал, жекелеген журналистік блогтар мен форумдар, рейтинг-сауалнамалар тіпті әлеуметтік желілері де бар. Бұл дәстүрлі БАҚ-тың өзі жаңа медиа арқылы ақпарат нарығына шығып отыр дегенді білдірсе керек. Алайда, телевизия мен радионы былай қойғанда, баспасөздің веб-парақтары жаңа медианың қалыпына (стандарт) көп келе бермейді. Веб-беттердегі посттардың тым шұбалаңқылығы, визуалды ақпараттың жұтандығы байқалады. Мәселен, АҚШ-тың «USA Today», «New-York Times» «Washington Post» секілді ірі басылымдарының веб-беттерінде үлкен көлемдегі материалдар аз, мұнда мәтіннің неғұрлым ықшам, оқуға жеңіл болуына аса мән беріледі. Ал, біздің елде газет бетін толтыру үрдісі ғаламторға да ауысып кеткендей.

Қазіргі таңда БАҚ дамуының 4 факторы аңғарылып отыр:

1. **Жаһандану немесе глобализация** (ықпалды қызмет атқарушысы: жаңа ақпараттық технология, интернет журналистикасы, ақпараттық қатынастың жаңа құралдары мен бағыттары);

2. **Бұқарасыздандыру немесе демассовизация** (дәстүрлі БАҚ-тың ақпарат қабылдаушылары азайып, олардың түрлі топтарға бөлінуі, аудитория үшін таңдау жасау мүмкіндіктері кеңейгендіктен ақпарат қабылдаушыларды мақсаттарына қарай анықтау мүмкін болмауда);

3. **Орталықтандырылу немесе конгломерация** (БАҚ-тардың бір қолға шоғырлануы қарқын алып, бір ақпарат бірнеше арна арқылы көпке тарайтын болды);

4. **Ұқсастырылуы немесе конвергенция** (БАҚ атаулының өзара жақындасуы, ұқсастық табуы, тың технологияның нәтижесінде жаңасы мен дәстүрлі ақпарат құралдары арасындағы айырмашылықтардың азаюы, екеуінің де қосарлана қолданылу үрдістері).

Медиа жүйесі өз ішінде Интернет журналистикасы, зерттеу журналистикасы, азаматтық журналистика, БАҚ жарнамалық насихат, экономикалық және экологиялық журналистика, талдау журналистикасы т.б бағыттарға бөлінуде. Онлайн медианың дамуы дәстүрлі мерзімді баспасөздің оқырмандарын азайтып, газет, журналдардың оқырмандарын күрт азайтты. Күнделікті және сапалы газеттердің оқырмандары жасамыс егде адамдарға айналды. Жаңа медиа ақпараттың мәтінге тәуелділігін жойды. Себебі, мультимедиялық, графикалық ақпараттың таралуы мәтіндік жүйенің баламалы тенденциясына айналды. Түсінікті де қысқа гипермәтіндер, газет-журнал мәтіндерінің қатталуы, радиотелевизия және баспасөз мұрағаттың қолжетімділігі, іздеу жүйесінің ыңғайлылығы, интерфейстің тартымдылығы бұқаралық ақпарат құралдарын ыңғайлы ете түсті. Жаңа медиа қоғамдағы демократиялық үдерістердің дамуына оң үлес қосуда. Цензураның құрсауын белгілі бір межеге дейін жойды. Интернет БАҚ-тардағы аудиториямен байланыстың оңтайлы әдістерінің болуы ақпарат тұтынушыларының ой мен сөз еркіндігіне мүмкіндік берді. Аудиториямен тығыз қарым-қатынас орнату ісі: оларды медиа ісіне тарту, қоғамдық мәселелерді талқылауға қатыстыру жаңа медианың әлеуметтік маңызын арттыра түсті. Мәселен, тұрақты жұмыс жасап жатқан Abai.kz ақпараттық порталы, «Мінбер» Ұлттық интернет газеті, «Замандас», Masa.kz, Bag.kz секілді сайттардағы түсіндірме, түсініктеме (комментарий) жазушылардың өздері ашық пікірталасқа барып, айтысып жатады. Мұның өзі белгілі бір деңгейде сөз еркіндігі бар екенін аңғартады. Бұрынғы кездерде кері байланыс тек хат немесе радиотелевизияда телефон қоңырауы арқылы ғана орнатылса, ғаламтор енген қазіргі кезеңде, онлайн хат алмасу мен электронды пошталардың дамылсыз жұмыс істеуі, онлайн тілдесулердің ұйымдастырылуы еліміздің демократиялық принциптерін жүзеге асырады. Ақпарат қабылдаушылармен кері байланыс жасап, пікірлесетін мүмкіндікке ие болулары арқылы азаматтық журналистиканың дамуына кең жол ашты. Оның нәтижесін былайша атап көрсетуге болады:

- Журналистика жайындағы дәстүрлі ұғымның қамтитын аясы кеңейіп, мазмұны өзгерді;

- Журналистиканың дербес институт ретіндегі сипаты өзгеріп, бұқаралық ақпараттық қатынас, яғни, «Mass communication»-нің құрылымына айналды;

- Ақпарат- тауарға, бизнеске айналып, көптеген БАҚ оны өзінің басты мақсаты етіп алға шығара бастады;

- Желілік ақпарат әлеуметтік қызметтің барлық саласына еніп, журналистика функциясының белгілі бір бөлігін блогерлер атқаратын болды;

- Журналистиканың жаңа ағымдары (азаматтық, экологиялық, экономикалық, саяси, талдау, онлайн журналистика т.б) пайда болып, оның өзі ақпарат қабылдаушыларды түрлі топтарға бөлінуіне ықпал ете астады;

- Тың жаңалықтар дайындау журналисттің ғана емес, сайт, порталдардың ортақ ісіне айналды;

- Әрбір тың ақпаратты таратуға мүдделі тұлға оның көздерін сандық технология көмегімен қалаған бағытына жібере алатын болды;

- Интерактивтік сипат елеулі орынға шығып, ақпарат қабылдаушылар өздері ақпараттың мазмұнын жасауға ықпал ететін жағдайға келе жатыр;

- БАҚ-ты басқарудан бастап, жаңалықтарды, хабарларды дайындау үрдісіне Батыс елдерінің тәжірибелері, шығармашылық тәсілдері біртіндеп ене бастады;

- Азаматтардың сөз еркіндігі, ойларын ашық білдіру бостандығы аздап болса да шынай көрініске қарай бет алуда. БАҚ жариялылық пен пікіралуандықтың мінберіне айналуына мүмкіндіктер ашылуда.

Алайда, мұның бәрі саладағы проблемалар түгелдей өз жөнімен шешіліп бітті деген сөз емес. Әлі де болса, шешімін күткен мәселелер баршылық. Олардың ішінде бастысы мыналар:

- 1.Сапалы баспасөзді дамытудың құқықтық аурасын қалыптастырып жетілдіру;

- 2.Жауапкершілік пен этикалық ар-ұжданға негізделген журналистиканы қалыптастыру, оған журналистердің кәсіби ұйымдары, редакцияның ішкі бақылаулары, журналистің өзінің жеке жауапкершілігі т.б мәселелер;

- 3.Журналист мамандарын даярлау, қайта даярлау ісін жетілдіре түсу;

- 4.Журналистиканы ғылыми-зерттеу, сын саласын дамыту;

- 5.Журналистердің әлеуметтік жағдайын, еңбек ету мүмкіндігін жақсартуға арналған шараларды жүзеге асыру.

Бүгінгі таңда жас идеяшыл жастарды қолдау мақсатында, елордамыздың инновациялық компаниялары бірлесе жұмыс атқарып келеді. Қазақстанда масс-медиа саласындағы жобалар айтарлықтай көп емес. Алайда «SMIPE» стартап-жобасының авторлары үшін бұл кедергі болмады. Әзірге жобаның тек «пилотты» нұсқасы ғана іске қосылды, алайда оның идеялық шабыт берушілері мен зерттеушілері ауқымды жобалар күтуде.

Ол кім үшін жасалған? «SMIPE» жобасы – **журналистер мен public relations (қоғаммен байланыс)** мамандары үшін жасалған Қазақстандағы алғашқы стартап. Бұл жай пайдалы ақпараты бар сайт қана емес – бұл толығымен БАҚ және баспасөз қызметінің сондай-ақ осы қызметпен байланысы бар салалардың жұмысына келтірілген сервис.

«SMIPE» виртуалды редакциялар мен баспасөз кеңселерінің жұмысын құруға арналған алаңды елестетеді. Сервис редакция және баспасөз қызметінің басшыларына өз командаларының жұмысын ыңғайлы құралдардың көмегімен ұйымдастыруға мүмкіндік береді, сондай-ақ масс-медиа нарығына қатысушыларға өзара іс-қимыл жасауға мүмкіндіктер ұсынады. Бұл ыңғайлы сүзгілері бар құлақтандырмаларды және баспасөз-релиздерін жариялау, онлайн аккредитация сервисі, кәсіби мамандардың ыңғайлы мәліметтер базасында қызметкерлерді іздеу.

SMIPE негізгі үш топқа: кадрлық тілшілер, баспасөз қызметтерінің қызметкерлері және PR-департаменттер, фрилансерлерге бағдарланған. Әрбір топқа ерекше функционал ұсынылады. Осылайша, мультимедиялық редак- циялар SMIPE-тің көмегімен ұжым ішінде

міндеттерді бөлу, іс-шараларға аккредитациялар мен фрилансерлерді іздеу үдерістерін автоматтандыра алады. «Пиаршылар» барлық республика бойынша бұқаралық ақпарат құралдарының белсенді мәліметтер базасын пайдалана алады: олардың қызметіне құлақтандырмаларды, пресс-релиздер мен өтініштерді қажетті мекен-жайларға автоматты түрде тарату, тілшілер және редакторлармен интерактивті байланыс орнату ұсынылады.

«Дүниенің көрінген, һәм көрінбеген сырын түгендеп білмесе, адамдықтың белгісі емес», - деп қазақтың ұлы ақыны Абай атамыз айтқандай, қас қағым сәтте заманның әуелете жылжып, жаңа дүниелерге толы жаңалықтарымен тамсандырып жатқаны мәлім. Ағылған ақпарат тасқыны, әлемде болып жатқан жаңалықтардың бірін естіп жатсақ, бірінен құр қалып жатамыз. Қазіргі заман- ақпарат заманы. Осыған байланысты өзге де елдермен жақсы ақпарат алмасу, экономикалық байланыс орнатуда сондай-ақ бір арнаға тоғысқан ортақ мүдделерін жүргізуге бағытталған экономикалық және әлеуметтік маңызы зор жобаларды жүзеге асыруда еліміз қысқа ғана уақыттың ішінде әлемдік деңгейдегі іс-шаралардың өтуіне ұйытқы болды. Атап өтсем, ЕҚЫҰ-ның саммиті, Астана экономикалық форумы, Дүниежүзілік Ислам экономикалық форумы, Еуразиялық Медиа форумына төрағалық етіп, керегесі кең еліміз өзге мемлекеттермен терезесі тең түсетіндей даму бағыттарын айқындап көрсетті. Елміз өзгерістер қарсаңында тұр, әлемнің дамыған елдерімен иық тіресіп, даму жолында. Еліміздің ақпараттық қауіпсіздігін сақтау мен дамытуды, отанымыздың мәртебесін сақтап қалуды талап ететін ауқымды жобалардың тізгінін ұстап, дарқан даламыздың дала еліне тән қайсарлығын танытуда. Қазақ даналығында, «жұмылы көтерген жүк жеңіл», - деген сөз бар. Олай болса, еліміздің өркениет көшінен көрінуіне сіз бен біз атсалыссақ, қазақ еліміз үшін одан асқан мәртебе болмас еді.

Дерек көздері:

1. XX ғасырдағы әлем журналистикасы. Астана: Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ баспасы
2. <http://www.minber.kz/>
3. Astana Innovations ақпараттық-сараптамалық журнал №3 (08)2013
4. Astana Innovations ақпараттық-сараптамалық журнал №3 (12)2014
5. <http://qamshy.kz/?p=3910&ln=kk>
6. <http://akjunis.kz/4376>

АЙМАҚТЫҚ ШИЕЛІНІСТЕРДІҢ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДА КӨРІНІС ТАБУЫ

Жусупова Айшолпан Қазықанқызы

aisholpan_03_93@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Журналистика және саясаттану» факультетінің,

«Журналистика» мамандығының 4 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – О. Тұржан

Ақпараттық үрдістердің жаһандануы мен ақпараттық ағындардың ауқымдылығы, телекоммуникациялық желілердің қарқынды дамуы мен оның әсер ету аудиторияларының көлемінің өсуі XX ғасырдың аяқталуына әкелді. Бұл факторлар, ғалымдарға (футурологтар, әлеуметтанушылар, философтар) өндіріс басты рөлді ойнаған индустриалды қоғамның және өндіріс пен қатар қызмет көрсету сферасы маңызды болған аралық постиндустриалды кезеңнің орнына, жаңа, бұқаралық коммуникация аясы басым болып келетін – ақпараттық қоғам келетінін нақты бекітіп айтуға негіз болды.

Қазіргі уақытта ақпараттық құралдар қуатты өндіріс күші болды: мысалы, бүгінгі таңда капиталдың 90%-ы бір меншік иесінен екінші меншік иесіне электрондық коммуникациялар көмегімен көшеді, ал кейбір ақпараттық корпорациялардың әлуеті жеке мемлекеттердікіне