



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



ЖАС ҒАЛЫМДАР КЕҢЕСІ

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.enu.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

кооперации, он появляется в эфире всегда в стильном костюме и утонченных очках. Привлекая внимание, он прямо в студии ходит с флягой за водой, когда говорит о проблемах в коммунальной сфере, срывает звезды с погон полицейских-коррупционеров и пробует на вкус первый урожай пшеницы казахстанских фермеров, тем самым демонстрируя успехи отечественного сельского хозяйства. Такой стиль проекта выбран его создателями с одной целью - быть ближе к зрителям.

Стоит отметить неизменную тактику ведения программы: он легко и непринужденно рассказывает о проблемах жителей страны, он может ходить по студии и размышлять, говоря свои мысли вслух. Тем самым воздействует на простое население, жителей казахстанских глубин, представителей социально-уязвимых слоев населения, а чиновники, если не боятся обсуждающих в эфире тем, принимают участие в разговоре.

Пользуясь классификацией типов речевого поведения И. Г. Родченко, А. Трухачева можно отнести к «мыслителям» и «вождям», так как телеведущий в своей программе способен воодушевить толпу. Его выступление основано на сочетании безупречной аргументации и ярких жизненных примеров. Никому лучше не удастся так уверенно держать аудиторию, не отпуская ни на секунду своего выступления зрителей. Он также демонстрирует богатый словарный запас и знание не только русского, но и английского языка, не позволяет себе употреблять сленговые и жаргонные слова. Как и у всех людей, работающих на телевидении, речь А. Трухачева изобилует заимствованиями из английского языка, употребление которых стало в последнее время модной тенденцией.

Проанализировав речевое поведение телеведущего Первого канала «Евразия» Александра Трухачева, можно прийти к выводу о том, что статус телеканала оказывает заметное влияние на телеведущих, что проявляется на лексическом уровне, а также в способе подачи информации в телеэфире.

#### **Список использованных источников**

1. Родченко И. Г. Типы речевого поведения [Текст] / И. Г. Родченко // Этикет и протокол. – 2006. - №28. – С. 68-70
2. Васильев А. Д. Слово в телеэфире: очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении. Красноярск, 2000. – 92с.
3. Князев А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учеб.пособие / А. А. Князев. – Бишкек: КРСУ, 2001. – 297с.
4. Интернет источник «Narod.ru» [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/13.htm>

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НОВОСТНОЙ ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Придатченко Ксения Игоревна**

xeniya93@bk.ru

Студент ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – С.Ш. Тахан

В условиях мировой глобализации Интернет стал неотъемлемым, и при этом признанным источником информации. Он занимает высокое место в нише всех масс-медиа, оставив позади отстающие традиционные СМИ, такие как телевидение, радио и печать. В соответствии с повышением статуса растет и значимость данного инструмента информации, поэтому кто как не профессиональный журналист должен понести ответственность за каждое слово, опубликованное в сети.

Интернет-технологии позволяют за как можно более короткий срок проинформировать о произошедшем или даже вести репортаж с места события в режиме онлайн. Поэтому

работа сетевых изданий отличается оперативностью представляемой информации по сравнению с традиционными каналами СМИ [1]. Основную деятельность в отечественной новостной интернет журналистике занимают информационные агентства.

Казахстанская новостная интернет журналистика во многом состоит из переработки информации пресс-релизов, анонсов и выступлений высокопоставленных лиц. При этом агентства не пытаются отличиться в подаче новости или разнообразии текста и оставляют все как есть. Отсюда вытекают следующие проблемы: журналист не старается сделать текст отличительным, своим.

Таких пресс-релизов журналист получает по почте в день более десяти штук и делает из каждого новость, но не сенсацию, и, как следствие, потребитель, увидев одинаковые новости на разных сайтах, остается недовольным от полученной информации.

Рассмотрим это на примере текста пресс-службы «Лукойла» и новости на новостном портале.

[http://www.lukoil.ru/press\\_6\\_5div\\_\\_id\\_21\\_1id\\_24936\\_.html](http://www.lukoil.ru/press_6_5div__id_21_1id_24936_.html)

ЛУКОЙЛ завершил сделку по вхождению в проект на шельфе Камеруна.

Состоялось закрытие сделки по вхождению компании ЛУКОЙЛ в проект по разработке участка Этинде в акватории Республики Камерун в Гвинейском заливе (Западная Африка).

Ранее были выполнены все предварительные условия соответствующего договора купли-продажи, подписанного в июне 2014 года. В частности, 21 октября 2014 года было получено одобрение Министерства горнорудной промышленности Камеруна, а 18 февраля 2015 года – опубликован указ президента страны о согласовании сделки.

Проект «Этинде» реализуется на основе соглашения о разделе продукции (СРП), подписанного 22 декабря 2008 года. Участники проекта – ЛУКОЙЛ (30%), NewAge (AfricanGlobalEnergy) Ltd (30%, оператор) и Bowleven Plc (20%), а также камерунская госкомпания SocieteNationaledesHydrocarbures (20%).

Лицензия на разработку участка Этинде выдана 29 июля 2014 года сроком на 20 лет.

<http://oilnews.kz/novosti/novosti-tek-zarubezhya/116116.html>

ЛУКОЙЛ завершил сделку по вхождению в проект на шельфе Камеруна

Состоялось закрытие сделки по вхождению компании ЛУКОЙЛ в проект по разработке участка Этинде в акватории Республики Камерун в Гвинейском заливе (Западная Африка). Об этом сообщает пресс-служба компании.

Как стало известно, ранее были выполнены все предварительные условия соответствующего договора купли-продажи, подписанного в июне 2014 года. В частности, 21 октября 2014 года было получено одобрение Министерства горнорудной промышленности Камеруна, а 18 февраля 2015 года – опубликован указ президента страны о согласовании сделки.

Проект «Этинде» реализуется на основе соглашения о разделе продукции, подписанного 22 декабря 2008 года. Участники проекта – ЛУКОЙЛ (30%), NewAge (AfricanGlobalEnergy) Ltd (30%, оператор) и Bowleven Plc (20%), а также камерунская госкомпания SocieteNationaledesHydrocarbures (20%). Лицензия на разработку участка Этинде выдана 29 июля 2014 года сроком на 20 лет.

Как мы видим, разницы между двумя текстами практически нет. Бездумное копирование новостей с одного сайта на другой приводит как к сниженному интересу читателя в материале, так и к девальвации объективного отражения новости.

Очевидно, что если текст написан с одного мероприятия, то сложно сделать его отличающимся. Однако для того, чтобы новость стала оригинальной, нужно приложить больше усилий при ее написании. Для этого можно взять эксклюзивный комментарий по теме, написать бэкграунд (background), добавить к новости фоллоу гипертекстовую ссылку на похожий материал и многое другое. В общем все, что может отличить вашу новость от миллионов других. Допустим, многопрофильные информационные агентства, как Vnews.kz и Tengrinews.kz, или узконаправленный OilNewsKAZAKHSTAN уже сейчас активно

используют данные приемы в своих текстах, в результате остаются популярными среди читателей.

Если новость несет эксклюзивный характер, то, в первую очередь, важно дать правильный – «не отпугивающий» - заголовок. Потому что заголовок - это самая главная часть новости. Читатели решают, какую статью прочесть, именно по заголовку. Более того, в 60% - 80% случаев саму новость не читают, а получают представление о происходящем по заголовкам [2]. Нынешняя тенденция – это не более 7-8 слов в заголовке, иначе его даже не станут читать.

Например, заголовок «Президент Соединенных Штатов Америки посетит Казахстан с целью обмена опытом в сфере образования» является слишком длинным, не нуждается в дополнительной информации и не остается «загадкой» для читателя. Стоит заменить его на «Обама посетит Казахстан», что гарантирует переход читателя по ссылке, где он узнает, с какой целью глава США приедет в нашу страну.

Также не стоит забывать о разнице онлайн и оффлайн СМИ – разнообразие источников. Стоит отметить, что конкуренция среди сайтов намного выше нежели конкуренция среди газет или телеканалов. А все по причине того, что открыть сайт сегодня стало намного легче и престижнее. Увеличение количества сайтов несет за собой увеличение конкуренции, которую они создают друг другу. В связи с этим информационным агентствам необходимо не просто подбирать правильный материал, который поможет агентству «заработать» рейтинг, но и учитывать нюансы Интернет площадки, такие как удобочитаемость текста, дизайн сайта, интерактивность, мультимедийность и многое другое. Это выводит традиционный текст в веб-пространство, расширяя его функциональные и содержательные возможности, что повышает социальный статус СМИ в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 021400 «Журналистика». М.: Юнити-Дана, 2005. 383 с.
2. Ажгалиев Ш.У., Темиргалиев Н. Об информативной мощности линейных функционалов // Мат. заметки, Т. 73, №6, 2003, С. 803-812.

## **XX ҒАСЫРДЫҢ БАСЫНДА ӘДЕБИ-ФОЛЬКЛОРЛЫҚ МҰРАНЫ ЖИНАУ МӘСЕЛЕСІНІҢ КӨТЕРІЛУІ**

**Сағатова Шолпан Бейсенқызы**

astana14\_14@mail.ru

Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университетінің оқытушысы,  
Астана, Қазақстан

Өткеннің әдеби мұраларын игеру, оны жинап бастыру мәселелері төңкерістен кейінгі жылдарда баспасөз бетінде көтеріле бастады. Бұл іске мемлекеттік тұрғыдан мән беріліп, маңызды іс ретінде қолға алынды. З.Ерғалиевтің «Әдебиет»[1] деген мақаласында Қызылорда қаласында әдеби шығармаларды жинаумен, жариялаумен айналысатын комиссия құрылғандығын хабарлаған. Оған материал жіберушілерге әдебиет жайлы түсініктер берген. Автор «Әдебиет» екіге бөлінеді: 1) ауыз әдебиеті; 2) қалам әдебиеті. Ауыз әдебиеті деп ауыздан ауызға, құлақтан құлаққа естіліп, ата-бабаларымыздан осы уақытқа дейін сақталып келе жатқан жырлар, мақалдар, ертегі, жұмбақ, тақпақ сықылдылар айтылады... Әр елде жазба әдебиеті болмаса да ауыз әдебиеті болады, оның көркемдік өрісі халықтың мәдениетіне сай келіп, атқарар рөлі мен міндеті жазба әдебиетінен кем болмайды. Тарихи негізі бар, шежірелік сипаты айқын ауыз әдебиеті үлгілері жиі кездеседі, қалам