

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



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

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.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

над другими, манипулируемыми». Манипуляция, отмечает Фарбер, – «самая изощренная форма диктатуры».

Современная политика все более вживается в методы журналистской деятельности. Политические процессы приобретают характер «виртуальной реальности», когда все большее значение приобретает не реальная политическая борьба, а использование современных политических и информационных технологий. Политики используют свою власть формировать новости, направляя освещение социальных проблем в определенное русло: новости о проблеме становятся новостями о том, как действует, исправляя ситуацию, эта система. Доверие же граждан к официальным источникам есть результат идеологического конструирования реальности средствами массовой информации.

Список использованных источников

1. Кейд Л., Хольтц-Баха К. Политическая реклама: сравнение средств массовой информации и характеристика политических систем Запада //Вестник МГУ. – Серия 10. - Журналистика. – 1996. – № 6. – С. 63.
2. Фарбер Г. Манипулируемое большинство., М. – 2001. Дэннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. – М., Вагриус, 1997.- 384
3. Бекхожин Х.Н., Козыбаев С.К., Матвиенко С.С. Очерки истории журналистики Казахстана. – Алматы, 1988. – 189 с.
4. Твардовская В.А. Идеология пореформенного самодержавия. М., Наука. – 1978.

ӘОЖ 32.001+32.019.5

ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТІ ЖӘНЕ ХАЛҚЫНЫҢ МҮДДЕСІ ҮШІН ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІ ПАЙДАЛАНУДЫҢ ТИІМДІ МЕХАНИЗМДЕРІ

Ұлықбек Жәнібек, Ғарыпжан Архат

ar.government@gmail.com

zhanibek_kz@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Ғылыми жетекші – Копежанова Д.Е.

Қазіргі кезде саясаттағы әлеуметтік желілердің маңызы зор болып келеді. Жалпы алғанда Қазақстандағы әлеуметтік желілердің болашағы мен мүмкіндіктері мәселесі де өзекті болып келеді. Егер, мемлекет өз кезегінде әлеуметтік желіні өз ақпаратымен толтырмаса және халықпен осы құрал арқылы байланысудың тиімді механизмдерін ойластырмаса бұл – ұлттық қауіпсіздігіміз үшін өте қауіпті мәселе болады.

Себебі, бұл бос ақпараттық кеңістікті басқа мүдделі топтар толтыруы мүмкін. Мысалға айтатын болсақ, Украинадағы дағдарыс және «Араб көктемі» өз бастауларын осы әлеуметтік желілерден алған (Фейсбук). Бастапқыда желілерде мемлекет басшылығына қарсы ойдағы топтар ашылып өз мақсат мүдделерін және оппозициялық тұрғыдағы көз-қарастарын ашық жариялай бастайды. Кейін ақпаратты халыққа толық жеткізген соң, адамдарды іс-әрекетке дәл осы құрал арқылы үндейді. Нәтижесінде Майдан, митингтер, азаматтық соғыс, дағдарыс. Көптеген мамандардың айтуы бойынша «Араб көктемін» және Украина оқиғаларының ұйымдастырушылары шет елдік күштер емес, мемлекеттің ішіндегі оппозицияланған саяси-радикал жастардың тобы. Сондықтан олар мемлекеттің әлсіз тұсы, әлеуметтік желілерді пайдалану арқылы массаларды өз мақсат мүдделеріне пайдаланды деген expertтік пікірлер бар. [17]

Қазақстанда қалыптасып жатқан соңғы саяси – экономикалық және әлеуметтік проблемаларды ескерсек, онда осы желілерде тарап жатқан ақпарат біздің тыныштығымызға кері әсерін тигізуі мүмкін. Сондықтан, осы сценарийді алдына алу мақсатымен келесі

шешімді ұсынамыз: Ғылыми зерттеу әдістеріне негізделген, әлеуметтік желілерде мемлекеттің мүдделерін қорғау мақсатымен бұл кеңістікті кешенді зерттейтін, мемлекеттік институттарға және саяси саланың жеке тұлғаларына имиджмейкинг және қоғаммен байланыс саласында сапалы қызмет көрсететін ұйым (жеке компания; зерттеу институты; мемлекеттік департамент) құру керек. Ол ұйымның негізін жас саяси аналитиктер құрау қажет. Сонымен қатар жұмысқа желілерде беделге ие блогерлер, тіркелушілер саны көп пабликтердың администраторлары, журналист мамандар тартылу қажет.

Бұл ұйым қандай форматта және құрылымы қалай болатынына тоқталып өтсек. Ең басты назар аударатын мәселе ол оның жеке меншік болуы. Яғни, бұл ол компанияның жұмыс істеу сапасына тікелей әсер етеді. Себебі, табыс көзінің мөлшері қызмет ету сапасы мен көлеміне тікелей байланысты болады. Ал көлемді ұлғайту үшін тағы сол сапа қажет. Ел басымыз әрдайым назар аудартын мәселе ол - «Мемлекет нашар менеджер». Бұл тек экономика мен бизнес саласына айтылған түсінік емес, бұл мемлекет пен халық арасында байланыс және жалпы кадрлардың жұмысына байланысты айтылған сөз. Сондықтан, бұл ұйымның жеке меншік компания форматында құрылуы қажет.

Келесі ол оның құрылымы. Компания қызметіне сәйкес бірнеше бөлімдерден тұрады. Олар:

- Аналитика бөлімі
- SMM технологияларды жүзеге асыру бөлімі
- Журналистика және ақпаратты өңдеу бөлімі
- Басқарушы – ұйымдастырушы бөлім

Енді әрқайсысын жеке – жеке талдайық:

Бірінші, Аналитиктер бөлімі жалпы процестің әдістемелік, ғылыми және теориялық жағына жауап береді. Яғни, қызмет көрсетуге алынған нысананы әлеуметтік желіде PR компаниясың ұйымдастырмастан бұрын, саяси талдау әдістерін қолдана отырып, бұл топ оған жан-жақты талдау жасайды. Талдау аясына оның имиджі (жағымды және жағымсыз жақтары), атқаратын функциялары, мақсат – мүдделері, қоғаммен байланысында негізгі мәселелер, тарихы, қазіргі жағдайы және т.б. кіреді. Талдау барысында SWOT – талдау, EVENT – талдау, контент талдау, талдаудың салыстырмалы, статистикалық, тарихи және басқа түрлері қолданылуы қажет. Жасалатын зерттеулердің нәтижесінде осы нысанаға әлеуметтік желіде жүргізілетін PR – дың стратегиясы және бағыт – бағдары, жоспары құрылуы керек. Процестің осы кезеңінде жалпы атқарылу керек жұмыстар айқындалады.

Екінші бөлім болса, жоғары айтылған стратегия мен жоспар бойынша нақты жұмыстың өзіне көшеді. Яғни, әлеуметтік желідегі PR – ұйымдастырады. Ол үшін , бүгінгі күні маркетинг саласын пайда болған жаңа әдіс - «Social media marketing (SMM)» - ті қолданады. Бұл жұмыстарға:

- Нысананың әлеуметтік желідегі парағының атынан күніне бірнеше мәрте пост жазу;
 - Фото – бейне жаңалықтарды жариялау;
 - Тіркелушілердің санын көбейту;
 - Кері байланыс орнату (хаттарға, комментарийларға жауап қайтару);
- және тағы сол сияқты жұмыстар кіреді.

Үшінші, журналистика және ақпаратты өңдеу бөлімі болса, жоғары аталған жұмыс үшін қажет мәтін, фото, бейне – ролик және т.б қажетті ақпаратпен қамтамасыз етеді. Бұл жерде ескеретін мәселе, мамандардың сапасы. Себебі, дұрыс жазылған мәтін және сапалы фото – бейне материалдар аудиториямен жұмыс жасау үшін ең маңызды тетік.

Ал, осылардың барлығының жұмысын реттейтін және ұйымдастыратын соңғы құрылым «басқарушы» бөлім. Яғни, кадрдың жұмысын қадағалау, бухгалтерия мен қаржы, қызметтің көлемін ұлғайту және жалпы барлық процестің бір жүйе ретінде болуына байланысты барлық мәселені солар шешу қажет.

Жалпы, аутсорсингтің құрылымы және негізгі атқаратын қызметі түсінікті. Ал, енді сол жұмысты қалай атқарады? Яғни, қолданатын «SMM – стратегия» қандай? Бұл жерде жоғары айтылған «SMM әдістері» қолданады. Оларға:

- Нысананың парағында тәулік ішінде адамдардың саны ең көп отыратын уақытта посттар жариялау;

- Тек жұмысқа байланысты мәлімет емес, сонымен қатар арасында әзіл және қызықты фактілер жариялау;

- Парақшада адамдарды қызықтыратын, нәтижесінде бағалы сыйлық алуға болатын жарыстар, конкурстар ұйымдастыру;

- Әрбір комментарийге сыпайы және толық қанды жауап беру;

- Түскен хаттардың барлығына уақытылы жауап беру;

- Сапалы ақпарат тарату;

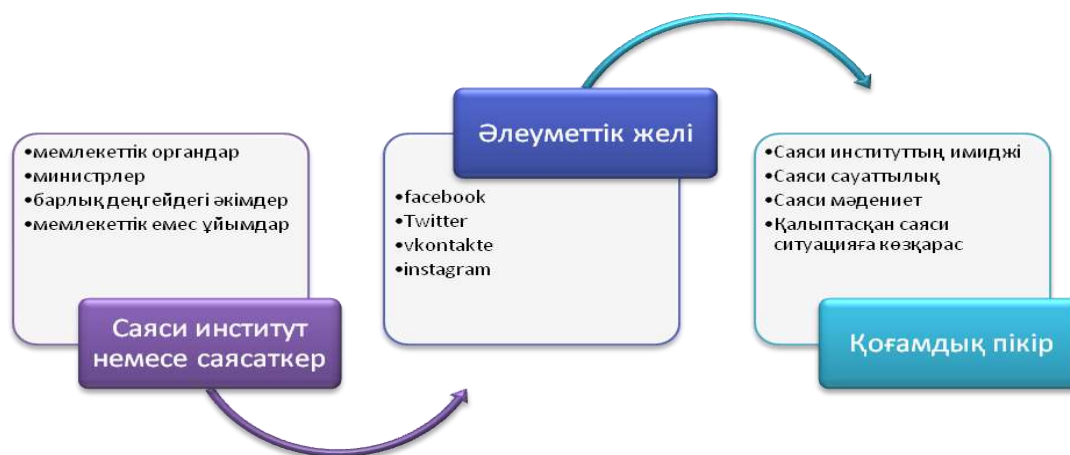
- Арнайы компьютерлік боттарды қолдану арқылы тіркелушілердің санын көбейт;

- Тіркелушілердің парақшаларына кіріп байланыс ортату (лайк басу, комментарий жазу, тіркелу) және т.с.с. жұмыстар кіреді.

Себебі, олардың табыс көзі және дамуы, көрсететін қызмет сапасына тікелей байланысты. Осы компанияның жұмысың қысқаша суретпен көрсететін болсақ:

2 сурет.

«SMM әдістерді» қолдана отырып сапалы PR жасау



Негізінен қазір әрбір мемлекеттік орган өз кадрларында осы функцияны атқаратын лауазымды адамдарды ұстайды. Бірақ бұл осы сала бойынша кешенді қызмет көрсететін жеке ұйымнан эффективтілігі төмен. Себебі: шектеулі мүмкіндіктер (адам саны, техника, көп адам тіркелген парақшаларға шығу және т.б.), тәжірибенің аздығы, кешенді зерттеу жұмыстарының болмауы. Ал тек осы әлеуметтік желілерде мемлекеттік органдар мен саясаткерлердің мақсат-мүдделерін қорғап, оларға осы кеңістікте тиімді маркетинг және PR жұмыстарын ұйымдастырып беретін жеке компания болса, осы аталған себептерді жойып, тиімді қызмет атқаратыны сөзсіз.

Егер мемлекеттің әлеуметтік желілердегі жұмысты жоғары ұсынылған аутсорсинг моделіндегі ұйымға тапсырмай, өз жауапкершілігіне алатын болса, әрбір мемлекеттік институттарда осы қызметті атқаратын мамандардың есебінен бюрократиялық жүйенің одан әрі өсуін байқауға болады. Және ол мамандар толық ақпараттық кеңістікті ескермей, тек өз саласының кеңістігі бойынша қарағандықтарынан қарапайым адамдар үшін бұл мәлеметті жинақтап қорыту және онымен жұмыс істеу күрделенеді. Мемлекеттік аппаратта онлайн режимді қарастырмай-ақ, офлайн режим түрінде байланыс әлсіз. Ал, бұл әлеуметтік желіде тиімді саяси механизмдер құруға кедергі жасайды.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Современные PR-технологии работы в Интернете/ А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, М.В. Тишкова и др. Рязань: ФГБУ «Объединенная редакция МЧС России», 2011

2. Козырева А.А. Социальные сети в России: развивается ли новый политический институт? [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «ГосРег», 2014. - №1, 6 стр.

УДК 008+32.001/1(091)

ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА - ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

Упабеков Адиль

adil0711@mail.ru

Докторант 1 курса специальности «Политология»

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

Научный руководитель – Е.Л. Нечаева

Человек как объект познания, со всеми присущими ему аспектами, такими как физическое состояние, навыки, умения, способность к труду и творчеству, всегда занимал особое место среди объектов изучения гуманитарных наук. Однако, интенсивный рост промышленности, произошедший в XVIII-XIX вв., создав мощную производительную базу и обеспечив тем самым устойчивое развитие экономики, на значительный период времени отодвинул изучение проблем развития человека. В это время активно поддерживается идея приоритета физического капитала, который рассматривается как единственно важное условие обеспечения экономического роста. Способности человека к участию в производстве рассматривались исключительно в контексте обеспечения потребностей производства.

Впервые оценка производительных качеств человека в денежном выражении была сделана в работах В.Петти – основоположника классической политэкономии в Англии. Им был выдвинут тезис о том, что богатство общества зависит от характера занятий людей, проводя разграничение между «бесполезными» занятиями и занятиями, которые «повышают квалификацию людей и располагают их к тому или иному виду деятельности, которая сама по себе имеет огромное значение». В.Петти писал о значимости повышения общего уровня образования населения. По его мнению, «школы и университеты должны быть организованы так, чтобы не дать возможности амбициям привилегированных родителей затопить эти заведения тупицами, и чтобы в качестве учеников могли быть избраны действительно способнейшие» [1].

Идея человеческого капитала нашла продолжение в работе А.Смита в «Исследовании о природе и причинах богатства народов». Главным объектом исследования является человек и его участие в производительном процессе. Трудовой потенциал человека назван ключевым условием роста экономики. А. Смит отмечал, что «увеличение производительности полезного труда зависит, прежде всего, от повышения ловкости и умения рабочего, а затем от улучшения машин и инструментов, с помощью которых он работал». Одной из составляющих основного капитала названы «приобретенные и полезные способности всех жителей и членов общества». Отмечено, что «приобретение таких способностей, считая также содержание их обладателя в течение его воспитания, обучения или ученичества, всегда требует действительных издержек, которые представляют собой основной капитал, как бы реализующийся в его личности». [2] Главным выводом исследования стало утверждение, что инвестиции в производительный потенциал человека, его навыки и умения являются ключевым фактором обеспечения роста экономики. Данный тезис можно с уверенностью считать одним из основных подходов в изучении теории человеческого капитала.

В дальнейшем идея тождества категорий «человек» и «капитал» в контексте экономических показателей выдвинута Дж.Р.Маккалохом. В работе сделан акцент на