



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

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 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

Список использованных источников:

1. DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA AND SPORT (DDCMS) (2008), Beyond the creative industries.
2. Ссылка
https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/beyond_the_creative_industries_report.pdf [дата обращения март 2018 года].
3. Альжанова Ф.Г. Наукоемкая экономика и подходы к ее измерению / Ф.Г. Альжанова, Ф.М. Днишев, Д.Р. Коргасбеков // Научная дискуссия: вопросы экономики и управления: сб. ст. по материалам LV Международной научно-практической конференции «Научная дискуссия: вопросы экономики и управления». – № 10(54). – М., Изд. «Интернаука», 2016. – С. 47-55.
4. Альжанова Ф.Г. Эпоха креативности: предпосылки, современность, будущее. – Научно-практический журнал «Транзитная экономика» № 3, Алматы, 2013, Стр. 21-30.
5. Florida, R. (2002), The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York.
6. Florida, R. (2004), Cities and the Creative Class, Basic Books, New York.
7. PRATT, A. C. (2008), Creative Cities: the Cultural Industries and the Creative Class, Geografiska Annaler, Series B, Human Geography, vol. 90, issue 2, pp. 107-117.
8. Florida, R. (2014), The Creative Class and Economic Development, Economic Development Quarterly, vol. 28, no. 3, pp. 196-205.
9. Lawton, P., Murphy, E., Redmond, D. (2013), Residential Preferences of the 'Creative Class'?, Cities, vol. 31, issue April, pp. 47-56.
10. Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., Ormerod, P. (2008), Social Network Markets: a New Definition of the Creative Industries, Journal of Cultural Economics, vol. 32, no. 3, pp. 167-185.
11. European Commission (2005), Future of Creative Industries.
12. Численность населения Республики Казахстан по областям, городам и районам на 1 января 2018 года. Ссылка: <http://stat.gov.kz> [дата обращения февраль 2018].
13. Миграция населения РК за январь-декабрь 2017 года. Ссылка: <http://stat.gov.kz> [дата обращения февраль 2018].

УДК 316.42

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ В КАЗАХСТАНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Исаева Куралай Каныбеккызы

kuralai_isaeva@mail.ru

Магистрант 2 курса

кафедры социологии, Факультета социальных наук ЕНУ им. Л.Н.Гумилева,
Астана, Казахстан

Научный руководитель – Родионов А.Н.

В современном международном разделении труда страны делятся не столько на аграрные и индустриальные, сколько на индустриальные и постиндустриальные. Сегодня экономический успех и конкурентоспособность на международном рынке определяется технологическим и креативным потенциалом страны, его человеческими трудовыми ресурсами. В постиндустриальном мире «креативность» – ключевое понятие. Креативные индустрии, в основе которых лежат индивидуальное творчество, навык и талант, могут создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности – от визуального и театрального искусства до программного обеспечения и СМИ. Развитие сферы образования, науки, урбанизации, рост

жизненных стандартов, технологический прорыв, массовое распространение персональных гаджетов, механизация и частичная роботизация повседневной жизни людей во многих странах мира, в том, числе в Казахстане, формирование информационного общества создает необходимость в развитии наукоемкой отрасли экономики, в частности, креативных индустрий. Сегодня многие страны мира (Германия, США, Япония) переходят на Индустрию 4.0. [1]. Казахстан пока находится на этапе Третьей промышленной революции, как отмечал Президент РК Н.А.Назарбаев [2], но имеет потенциал для достижения Четвертой промышленной революции [3].

ОПРЕДЕЛЯЯ КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

Термин «креативные индустрии» впервые был применен в Австралии в 1994 году в национальном докладе по коммерции и торговле [4]. Однако впервые для обозначения группы коммерчески направленных культурных и медиа деятельности был озвучен в 1998 году в релизе картографического исследования Департаментом культуры, медиа и спорта (тогда) Великобритании.

Концепт креативных индустрий (CI) может быть рассмотрен несколькими способами.

Потс и его соавторы определяют креативные индустрии на основе рынка социальных сетей, как «компания агентов и агентств на рынке, характеризующийся созданием новых идей в рамках социальных сетей для производства и потребления. С такой позиции, креативные индустрии - не субсидированные искусства; хотя такие сектора обычно бывают включены (например, исполнительский вид искусства или изобразительный вид искусства, или наследие). Также они не являются культурными индустриями; хотя, снова, есть некоторое значительное совпадение (например, мода, СМИ, музыка). Но не все из них являются отдельными фирмами, так как культурные и учебные заведения выступают активными игроками» [5].

В 2005 ЕС опубликовала политическую статью «Будущее креативных индустрий» [6], в котором обсуждались культурные и креативные индустрии вместе, где первое является своего рода один из видов второго.

Согласно отчету Департамента диджитал, культуры, медиа и спорта Великобритании 2008 года: «Креативные индустрии – это собирательный термин для тех видов бизнеса в экономике, которые сфокусированы на создании и использовании символических культурных продуктов (искусство, фильмы, интерактивные игры) или на обеспечении корпоративных клиентов символической или информационной услугами в таких сферах, как архитектура, реклама, маркетинг, дизайн, в том числе, веб-дизайн, мультимедиа, развитие программного обеспечения), один из видов креативной экономики, который включает в себя только тех, кто работает в креативных индустриях (и кто или может быть занят креативной деятельностью или занят в других сферах, например, финансах)». В целом, креативные индустрии это больше, чем культурные индустрии, но они также включают их в себя, имеют креативное содержание и экономическую стоимость, выполняют деятельность по созданию и распределению креативных товаров и услуг, произведенных для общества и потребляемых им. Основное требование для входа - креативность и интеллектуальный капитал [7].

Департамент стратегий креативных индустрий в Австралии дают другое обозначение, определяя «креативные индустрии как те отрасли промышленности, которые «сосредоточены на соединении креативности с коммерческими рынками: эти отрасли промышленности используют креативность в качестве своего источника стоимости, производя идеи в новую интеллектуальную собственность (IP) и затем используя и коммерциализируя тот IP инновационными способами - чаще через индустриальное взаимодействие по принципу «проект к проекту». Культурные индустрии не тоже самое, что креативные индустрии. Они оба тесно переплетены, но являются двумя разными секторами» [8].

В целом, креативные индустрии это больше, чем культурные индустрии, но они также включают их в себя, имеют креативное содержание и экономическую стоимость, выполняют деятельность по созданию и распределению креативных товаров и услуг, произведенных для общества и потребляемых им. Основное требование для входа - креативность и

интеллектуальный капитал. В дополнение к общим классификациям креативных индустрий, имеются много моделей [9], содержащих конкретные списки сфер деятельности, входящих в данный сектор. Суммарный список проиллюстрирован в таблице 1.

Таблица 1.

Классификация креативных индустрий

Модель ДЖМС Великобритании	Модель символических текстов	Модель концентрических кругов	Модель авторских прав WIPO	Модель ЮНКТАД
<p>Реклама Архитектура Искусство и рынок антиквариата в Ремесла Дизайн Мода Фильм и видео Музыка Исполнительное искусство Публикация Программное обеспечение Телевидение и радио Видео и компьютерные игры</p>	<p>Ядро культурных индустрий Реклама Фильм Интернет Музыка Публикация Телевидение и радио Видео и компьютерные игры</p> <p>Периферийные культурные индустрии Креативные искусства</p> <p>Пограничные культурные индустрии Потребительская электроника Мода Программное обеспечение Спорт</p>	<p>Ядро креативных искусств Литература Музыка Исполнительское искусство Визуальное искусство</p> <p>Ядро других культурных индустрий Фильм Музеи и библиотеки</p> <p>Расширенные культурные индустрии Сервисы наследия Публикация Звукозапись Телевидение и радио Видео и компьютерные игры</p> <p>Смежные индустрии Реклама Архитектура Дизайн Мода</p>	<p>Ядро индустрий авторских прав Реклама Фильм и видео Музыка Исполнительское искусство Публикация Программное обеспечение Телевидение и радио Визуальные и графические искусства</p> <p>Взаимосвязанные индустрии авторских прав Материал чистой записи Потребительская электроника Музыкальные инструменты Статья Фотокопии, фотографическое оборудование</p> <p>Частичные индустрии авторских прав Архитектура Одежда, обувь Дизайн Мода</p>	<p>Наследие <i>Традиционные культурные выражения:</i> Искусства и ремесла Фестивали и празднования</p> <p><i>Культурные объекты:</i> Археологические объекты Музеи, Библиотеки, Выставки</p> <p>Искусство <i>Визуальное искусство:</i> Рисование, Скульптура, Фотографирование и антиквариаты</p> <p><i>Исполнительские виды искусства:</i> живая музыка Театр, Танец, Опера, Цирк Кукольное представление</p> <p>Медиа <i>Публикация и напечатанные СМИ:</i> книги, пресса и другие публикации <i>Аудиовизуальные средства:</i> Фильм, телевидение, радио и другое телерадиовещание</p> <p>Функциональные творения: <i>Дизайн:</i> Внутренний, графический мода, драгоценности, игрушки</p> <p><i>Новые СМИ:</i> программное обеспечение, видеоигры и креативный контент диджитал</p>

			Предметы домашнего обихода Игрушки	<i>Креативные услуги:</i> архитектурная, рекламная культурная и развлекательная креативное исследование и развитие (R&D цифровая и другие связанные креативные услуги
--	--	--	---------------------------------------	--

МЕТОДОЛОГИЯ

В нашем исследовании мы использовали определение и классификацию ЮНАКТАД, так как он был одним из первых правительственных учреждений, которые провели исследование креативных индустрий в Австралии, а также определение креативных индустрий, даваемое им, включает предыдущий опыт профессиональной литературы и дает всесторонний взгляд на тему. Объектом исследования выступили креативные индустрии города Алматы и работники, занятые в данных сферах. Результаты приведенные ниже даны на основе вторичного анализа данных исследования креативных индустрий в г.Алматы в 2016 году [10] и исследования British Council, посвященное обзору навыков специалистов в области культуры [11].

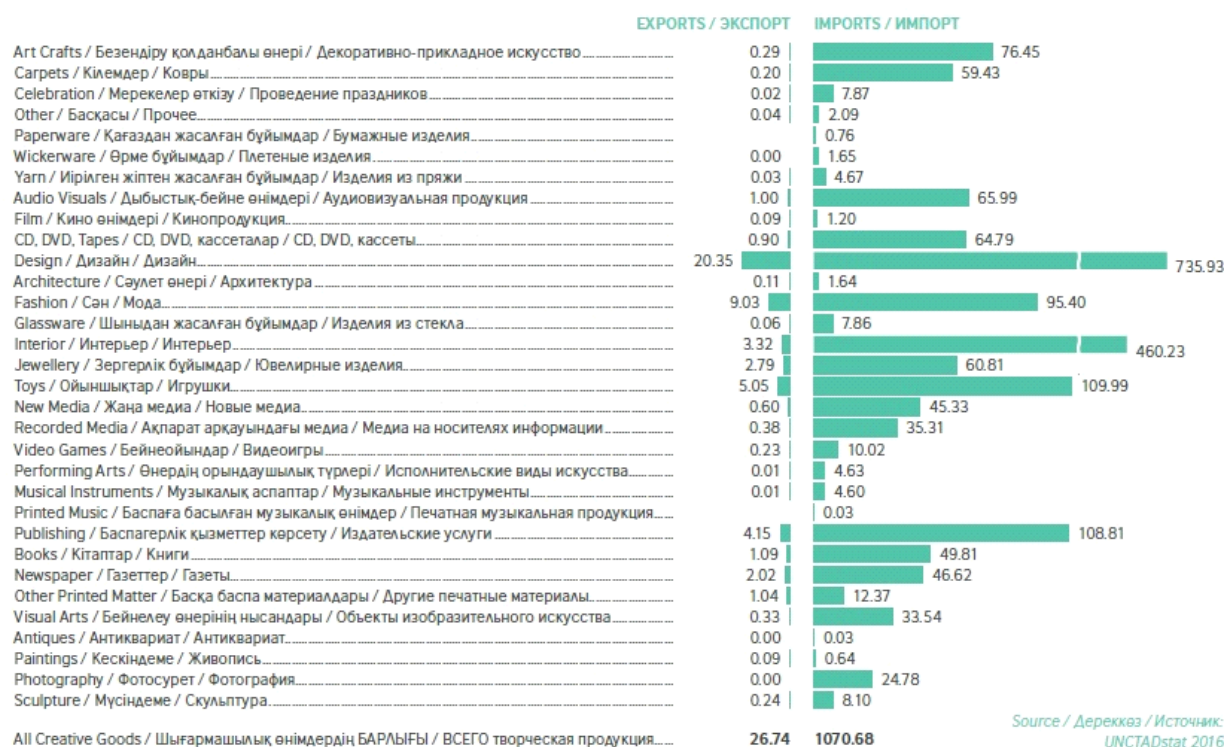
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В 2012 году наибольший объем экспорта и импорта пришелся на долю дизайна. Это подтверждает потенциал творческого производства — сфера дизайна имеет сильные позиции в сравнении с другими видами культурных индустрий в Казахстане (таблица 2). Значительные объемы импорта говорят об очень высоком уровне спроса. Нарращивание своего производства для удовлетворения такого спроса (это видно на примере магазина Experimentarium который продает, в основном, товары местного производства и расположен в торгово-развлекательном центре «Достык Плаза») — это верный путь развития креативных индустрий в Казахстане и сокращения торгового дефицита творческой продукции.

Согласно исследованиям British Council, проведенным среди работников креативных индустрий, существует ряд трудностей в данных секторах, ограничивающих и тормозящих потенциал их развития. Согласно респондентам, в секторе музыки не хватает технических и творческих инноваций. В какой-то мере это объясняется небольшим размером музыкального сектора Казахстана. Что касается исполнительских искусств, в этой сфере остро не хватает следующих технических специалистов: осветители и художники по свету, декораторы, звукоинженеры, инженеры сцены, технологи, художники по костюмам и гриму. Это негативно отражается на секторе, т.к. препятствует появлению инновационных решений, новых цифровых технологий, молодых режиссеров и свежего репертуара. В результате технических специалистов часто приглашают из сектора кино, несмотря на разницу в специфике работы. Сектор визуальных искусств испытывает дефицит не только менеджеров и кураторов, но также технических специалистов, которые занимались бы строительством конструкций, упаковкой, транспортировкой и монтажом арт-объектов. Для технически сложных проектов кураторы и художники предпочитают приглашать специалистов из других стран. Проблема сектора дизайна в Казахстане – отсутствие развитой технической базы, которое усугубляется ограниченностью ресурсов и материалов. Только у некоторых вузов имеются собственные мастерские и необходимая техническая база, в связи с чем такие предметы, как «материаловедение» и «технология производства» остаются в существенной степени теоретическими. В секторе кино есть серьезная потребность во всех видах технических специалистов, работающих с камерой, светом, звуком и на этапе монтажа. Часто у таких специалистов отсутствует необходимое образование, и квалификацию они обычно приобретают на рабочем месте [11].

Таблица 2.

Структура оборота творческой продукции между Казахстаном и странами мира за 2012 г. (в млн. долл. США)



Source / Дереккөз / Источник: UNCTADstat 2016

Источник: <https://www.britishcouncil.kz/ru/programmes/arts/cultural-industries-report>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной статьи было дать обзор состояния и перспектив развития креативных индустрий в Казахстане. Рассмотрев различные подходы к определению креативных индустрий, мы дали свою интерпретацию. Кроме того, был проведен комплексный анализ всех классификации данной сферы и выбран наиболее подходящий для нашего исследования. Анализ результатов исследований креативных индустрий в Казахстане показал, что страна обладает потенциалом для развития креативной экономики однако на данном этапе имеются свои определенные трудности.

Основная проблема с видением картины состояния и перспектив развития креативных индустрий в Казахстане заключается в получении полноценных данных, и это говорит о том, что сектор культурных индустрий должен стать более прозрачным. Для этого необходимо получить данные по аудитории, обороту и дистрибуции по каждому городу и области Казахстана. Это необходимо для того, чтобы показать, что креативные индустрии обладают большим потенциалом, несмотря на слабый уровень государственной поддержки и несовершенное законодательство (разумеется, не благодаря этим факторам). Помимо этого, чтобы понять, как функционирует креативный сектор в Казахстане и какова его роль в общественной жизни, важна информация о культурных ценностях, общественном благосостоянии, развитии человеческого потенциала, социальном влиянии культуры.

Список использованных источников:

1. Юдина М. А. Индустрия 4.0: перспективы и вызовы для общества // Государственное управление. Электронный вестник. – 2017. – №. 60.
2. Послание Президента РК народу от 31 января 2017 г. Ссылка: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvary-2017-g [дата обращения: март 2018].

3. Послание Президента РК народу от 10 января 2018 г. Ссылка: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvaryya-2018-g [дата обращения: март 2018].
4. UNCTAD (2008), Creative economy. Ссылка: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf [дата обращения: март 2018].
5. PRATT, A. C. (2008), Creative Cities: the Cultural Industries and the Creative Class, Geografiska Annaler, Series B, Human Geography, vol. 90, issue 2, pp. 107-117.
6. European Commission (2005), Future of Creative Industries.
7. Department For Digital, Culture, Media And Sport (DDCMS) (2008), Beyond the creative industries. Ссылка https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/beyond_the_creative_industries_report.pdf [дата обращения: март 2018 года].
8. HIGGS P. L., CUNNINGHAM S. D., PAGAN J. D. Australia's creative economy: Definitions of the segments and sectors. – 2007.
9. UNCTAD (2008) Creative economy. Ссылка: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf [дата обращения: март 2018].
10. Christiaan De Beukelaer, Galina Koretskaya Cultural industries in Kazakhstan: models, challenges and strategies. Ссылка: <https://www.britishcouncil.kz/ru/programmes/arts/cultural-industries-report> [дата обращения: март 2018].
11. Сана Ким, Анастасия Гончарова. Анализ проблем, связанных с недостаточной квалификацией и дефицитом специалистов в сфере культуры Казахстана (2017). Ссылка: <https://www.britishcouncil.kz> [дата обращения: март 2018].

УДК 64

БАЛАЛАРҒА ҚАТЫСТЫ ЖЫНЫСТЫҚ ЗОРЛЫҚ-ЗОМБЫЛЫҚ ӘЛЕУМЕТТІК МӘСЕЛЕ РЕТІНДЕ

Қалдыбек Макпал Қалдыбекқызы

missanara.96@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, 5В090500-«Әлеуметтік жұмыс»

мамандығының 4 курс студенті,

Досмурзаева Динара Онгаровна

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Астана, Қазақстан

«Балаларға қатысты зорлық-зомбылық» ұғымын әдетте ата-аналар немесе қауымдастықтар тараптарының қорғаудың қажетті стандарттарымен қамтамасыз ету міндеттерін орындамауы және қасақана залал келтіру нәтижесінде балаға келтірілген залалды сипаттауы үшін пайдаланады. [1]

Балаларды қорғау мәселелері әдетте, балалар отбасынан ажыраған және аластатылған немесе отбасылары қатал өмірлік шұғыл жағдайларда туындайды. Сондықтанда, айрықша жағдайларда дене, жыныстық, эмоционалды немесе ата-аналық міндеттерді орындамау нәтижесінде туындаған қатыгездіктен (зорлық-зомбылық) қорғауды қажет ететін балалар арасындағы айырмашылықты тану маңызды. Балаларға қатысты қатыгездік кең мағынада бес тұрпатты бөліп орсетеді: □ денезорлық-зомбылық; □ жыныстық зорлық-зомбылық; □ баланың қажеттіліктері мен мүдделерін елемей (қадағалаусыздық, ата-аналық міндеттерден жалтару, экономикалық зорлық-зомбылық); □ эмоционалды/психологиялық зорлық-зомбылық; □ жыныстық және коммерциялық пайдалану. [1]

Сексуалдық зорлық-зомбылық - адамның жыныстың тиіспеушілігіне немесе жыныстық еркіндігіне қауіп төндіретін құқыққа қарсы қасақана іс-әрекет, сондай-ақ