



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



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2014» атты
IX халықаралық ғылыми конференциясы

IX Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2014»

The IX International Scientific Conference for
students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION-2014»

2014 жыл 11 сәуір
11 апреля 2014 года
April 11, 2014



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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2014»
атты IX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
IX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2014»**

**PROCEEDINGS
of the IX International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2014»**

2014 жыл 11 сәуір

Астана

УДК 001(063)
ББК 72
Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2014» атты студенттер мен жас ғалымдардың IX Халықаралық ғылыми конференциясы = IX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2014» = The IX International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2014». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2014. – 5831 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-610-4

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.

УДК 001(063)
ББК 72

ISBN 978-9965-31-610-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2014

әрдайым қызықты әрі жаңашыл. Өз кезегінде ТВК-6 телеарнасы жас ұрпақтың журналистік дағдыларын дамытулары үшін эфирлік уақытын бөліп, әрқашан болашақ тілшілерді қолдауға әзір.

Әдетте қоғамдық дамуға өзгерістердің келуі, идея, міндет, мақсатын басқа арнаға түсуі, әлеуметтік, саяси жаңа көзқарастар қалыптастыру қажеттігі бұқаралық ақпарат құралдарының түр, мазмұнына жаңалықтар әкелді. Бүгінде жаңалықтардың маңызын өзгерді, қоғамдық санаға әсер-ықпалын күшейтеді.

Бүгінгі ақпарат жүйесінде мемлекеттік, мемлекеттік емес, тәуелді, тәуелсіз БАҚ деген ұғымдар айналымда жүр. Бұлардың мемлекетке тәуелдісіне қарағанда, тәуелсізі қызықтырақ, ықпалдырақ, әсерлірек болып тұр. Өйткені, біріншісінде Ресми материалдар, хабарлар тоғытылып жатады, уақыт толтыру үшін жарнама қуалайды, оқырман, аудитория үшін күреседі, дау-дамайға араласып, төрелік айтуға мәжбүр. Ал, тәуелсіз, мемлекеттік емес теледидар олардың еңбегін басқаша бағалайды, шығармашылық еркіндікті мол береді. Осымен олар іскер журналистерді өзіне көп тартады. Мұның өзі тәуелсіз БАҚ-тың ықпалды күшке айналып отырғанын көрсетеді.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Барманкулов М. Весь мир у вас в квартире. Алматы, 1972.
2. Молдабеков А. Хабардың бес белгісі. Алматы, 2000.
3. Турсынов К. Көгілдір экран құпиясы. Алматы, 1999.

ФУНКЦИИ КРЕАЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ В МАСС МЕДИА

Кульшманов Айсултан

студент 3 курса факультета журналистики
и политологии ЕНУ им. Л. Гумилева

Научный руководитель – старший преподаватель А.Т. Матаева

Вербальное и визуальное всегда взаимодействовали в журналистике на всем протяжении ее становления и развития. Однако в 21 веке это взаимодействие стало еще более интенсивным и разнообразным.

Современные масс медиа развиваются в условиях каждодневно меняющейся и усложняющейся реальности. Глобализирующееся информационное пространство, новейшие открытия и технологические преобразования, с каждым днем усиливающаяся конкуренция существенно влияют на медийные процессы, вызывая видоизменение традиционных СМИ и определяя развитие новых медиа.

В данной статье будут рассмотрены функции и типы креализованных текстов, становящиеся наиболее яркой особенностью современных публикаций. Креализация – одна из основных и динамично развивающихся особенностей современных масс медиа.

Термин креализация в медиа принято истолковывать как синтез вербальной информации и визуальных изобразительных элементов. Причем это сложное и многовидовое сочетание вербального и визуального в СМИ. Визуальное в журналистике постепенно занимает особое место, все более распространяясь и приобретая различные формы выражения. Однако специальных работ по этой теме очень мало, они полностью отсутствуют в казахстанских медиаисследованиях. Не разработана и методика изучения визуальности и креализованности СМИ.

Технологические новшества и открытия только способствуют все большей активизации визуальных средств подачи информации. Когда журналистика только зарождалась, она развивалась прежде всего как вербальный текст, независимо от объемов и важности информации. Но постепенно развитие технологий привело к тому, что рядом с текстом стали появляться рисунки, затем фотографии. Если предположить, что рисунок

как средство передачи информации в каких-то частях света возник раньше слова, то в профессиональной журналистике, конечно, первичным и доминирующим началом был вербальный текст.

С появлением фотографии многое изменилось в СМИ. Функции фото многоаспектны и многогранны. Фото вызывает удивительный и притягательный эффект присутствия, достоверности, наглядности. Фото привлекает внимание (аттрактивная функция), усиливает интерес к теме публикации, способствует рекреации, углубляет и усиливает эмоциональное восприятие и психологическую полноту информации.

В современных масс медиа увеличилось количество визуальных средств журналистики настолько, что отдельные исследователи стали выделять визуальную журналистику. Наряду с фотографией, которая по-прежнему лидирует среди визуальных элементов СМИ, активно используются инфографика, видеоиллюстрации, схемы, графики, рисунки и другие средства визуального.

Современные исследователи креализованных текстов ставят вопросы о причинах и последствиях популярности креализации, что весьма актуально. Сегодня важно исследовать структуру, типы, методы исследования и будущее креализованных текстов как в теоретическом, так и в практическом аспектах.

Понятие визуальной журналистики гораздо шире понятия визуальности в СМИ. Одно из направлений изучения визуальной журналистики связано с включением в объект исследования принципов графического оформления текста, особенностей дизайна издания в целом, специфике кегля, начертания, шрифта, верстки заголовков и самих текстов, логотипов, подбора иллюстраций и других приемов внешнего оформления текста.

Второе направление еще шире и глубже, оно предполагает культурно-философское осмысление новой тенденции – преобладания визуального над вербальным и все большего доминирования экранно-визуальной культуры над книжной. [1]

Типы визуализации по способу визуализации предлагается разделять на фотографии, коллажи, рисунки, графики, репродукции, диаграммы, схемы и другие приемы.

По виду передаваемой информации, основываясь на концепции Гальперина и О. Корды, выделяют содержательно-фактуальную и содержательно-концептуальную креализацию. При этом О. Корда выделяет три параметра СФИ – Персонаж, субъект; Место-пространство; Время событий. [1, с. 188]

В содержательно-фактуальном типе креализации субъект события может быть представлен в вариантах – портрет, фотоизображение, лицо и детали интерьера.

Для изображения места события О. Корда выделяет два типа – обозначение места действия, аргумент к авторской точке зрения и тип для изображения времени, когда визуальное отображает разные эпизоды событий. [1, с. 189]

А для анализа СКИ О. Корда выделяет три группы креализации – образный, символическо-концептуальный и авторской точки зрения. [1, с. 190]

По способам взаимодействия О. Корда выделяет пространственные и смысловые способы взаимодействия.

Мы предлагаем выделять типы креализации по соотношению доминанты визуального и вербального:

по объему

1. когда вербальное больше визуального

2. визуальное больше вербального

по смыслу

1. визуальное более емко и выразительно по смыслу

2. вербальное доминирует по смыслу вне зависимости от объема

Обратимся к конкретным примерам креализованного текста. Если сравнивать печатные и интернет-СМИ, то нетрудно заметить, что интернет-СМИ находятся в более выигрышном положении, так как располагают еще возможностью

размещать и видео – один из самых действенных и эффективных средств воздействия на аудиторию.

Проанализируем креализованные тексты информагентств– BBC и Итар-ТАСС, телеканал Euronews.

Особенность креализации на телевидении заключается в следующем:

1. Преобладает видеокадр
2. Видеокадр имеет множество разновидностей
3. Может использоваться фото и фоторяды
4. Фотоколлаж
5. видеокартинки
6. Видеоколлаж
7. инфографика
8. Слово имеет как письменное выражение,
9. так и слуховое оформление
10. Слухо-звуковое вербальное преобладает над зрительно-письменным текстом
11. Вербальность может проявляться одновременно зрительно-написание текста бегущей строкой, сплошным текстом и другие разновидности, а также в звуко-слуховом варианте и даже жестами для глухонемых зрителей – сурдоперевод.

12. Возникли и стали востребованными формы абсолютной визуализации – Nocomment на телеканале Euronews.

Тем самым, креализованные тексты на телевидении активно развиваются и также требуют своего исследования.

Информационные агентства используют самые разнообразные типы креализованных текстов:

1. в отличие от телевидения здесь преобладают формы письменно-зрительной вербальности;
2. из визуальных форм преобладает фото;
3. есть схемы, диаграммы, рисунки;
4. полномасштабное видео представлено на сайтах крупных мировых информагентств;
5. есть авторская инфографика;

Появляются жанры с преобладанием визуального над вербальным- это может быть и фото, и инфографика, и видео и другие формы, однако результативность и эффект воздействия на читателей-зрителей может быть разным. Чаще всего самодостаточность заложена в основе видео, фото, которые могут сопровождаться минимумом вербального текста в виде заголовка.

Телеканал Euronews наиболее интересен для анализа соотношения вербального и визуального. Так как это канал информационный, здесь нет явного доминирования вербального над визуальным. Словесный комментарий всегда лаконичный и высокопрофессиональный. В небольшой объем проговариваемого текста вкладывается большое и качественное содержание. Это особенно явно при озвучивании комментария к картинам художников, новым книгам, музыкальным альбомам - сложные произведения искусства интерпретируются на этом канале на высоком уровне.

Euronews едва ли не единственный канал, где «Nocomment» занимает особое место в сетке вещания и по мастерству и профессионализму тянет на самостоятельный жанр со всеми особыми жанроформирующими признаками.

Информационное агентство Китая «Синьхуа» отличают высокопрофессиональные фотографии, позволяющие собирать агентству высокие рейтинги за визуальность. Многие фотографии имеют только немногословные и даже повторяющиеся названия – ««Красавица.....», но качество фото настолько высоко, что вербальное здесь уходит на второй план.

ИТАР-ТАСС отличается художественностью приемов воплощения фотографий и тем, что фото всегда сопровождается не менее значительным текстом, то есть соотношение вербального и визуального – 50 на 50, гармоничное. Таков, к примеру текст, озаглавленный «Президент Белоруссии предостерег Украину от попыток выхода из СНГ» (раздел [Международная панорама](#) от 23 марта, 13:24 UTC+4) и сопровождаемый лидом: «Александр Лукашенко также отметил, что Крым является российской территорией "...вне зависимости от признания или непризнания референдума". [2] Интересно отметить, что издания разных стран активно включились в информационную войну и одно и то же событие оценивается по-разному. В данном случае высказывание Президента Лукашенко дается с использованием приемов фреймирования. Агентство BBC в новости от 24 марта 2014 года выделило в лид цитату из речи белорусского президента (автор текста корреспондент Татьяна Мельниченко): «Украина должна оставаться единой, неделимой и целостной, но Крым де-факто сегодня - часть России», - заявил Александр Лукашенко, общаясь с журналистами в Минске». А другую статью Русская служба BBC озаглавила «Лукашенко признает новую власть в Киеве назло Кремлю». [3]

Соотношение вербального и визуального прослеживается в медиа в различных вариантах. Чаще всего на сайте информагентства Tengrinews визуальное предстает в виде портрета- единичного или группового [4]. Таковы фотографии, предвещающие новости о правительственном визите семьи Президента США Обамы в Китай (информагентство Синьхуа) [5]. Эти фотографии снабжаются минимумом текста. Портреты статичные, запечатлены традиционные рукопожатия, улыбки. Иллюстративная функция подобных фото– основная. Фотопортреты преобладают даже в текстах, где речь идет о подписании межгосударственных соглашений и документов.

Антропологический принцип тем самым наиболее важен для фотокорреспондентов. В новости о предостережении Президента Белоруссии иллюстрацией служит особенный фотопортрет Лукашенко, где у него оценивающе-предостерегающий взгляд и поза вполоборота. Фото явно не относится к рассматриваемой ситуации и взято, видимо, из фотоархивов.

Фото чаще всего выполняет функцию смыслового дополнения. Обычно визуальное и вербальное тождественны по смыслу. Несоответствие смыслов наблюдается редко, но встречается. Остальные разновидности фотографий чаще всего указывают на место событий или на время и обстоятельства события.

Сегодня масс медиа предлагают большой выбор информации. Одна и та же новость снабжается и фото, и видео, сопровождается разнообразными комментариями журналистов и вдобавок обсуждается на форумах и в социальных сетях. Взаимодействие вербального и визуального сегодня становится сложным, способствуя появлению новых жанров и форм журналистского месседжа.

Итак, выделим основные функции креализованного текста:

аттрактивная- функция привлечения внимания;

рекреативная - связана с усиливающейся тенденцией к развлекательности и гедонизму в СМИ;

информативная–способствует выделению фактической информации;

иллюстративная – визуальные элементы иллюстрируют текстовый материал;

верификационная- выделяет достоверность текста;

экспрессивная –связана с передачей авторской точки зрения;

эмотивно-психологическая –усиливает воздействие на эмоции и психологию читателя-зрителя.

Каждая из функций имеет свои особенности, нормы и границы воздействия - чрезмерная эмоциональная избыточность или использование ложной сенсационности, аттрактивности, приемов хитрой

манипулятивности(Advertisingloophole)могут повлечь за собой размывание этических норм и разрушение гуманитарных функций журналистики.

Список использованных источников:

1. Корда О. А., Чепкина Э. В. Креолизованный текст в прессе // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах. – М.: МедиаМир, 2012. – С.187-193
2. <http://itar-tass.com/>
3. <http://www.bbc.co.uk/russian/>
4. Ремальных ст<http://tengrinews.kz>
5. <http://russian.news.cn/>

УДК 32-055.2

ЖУРНАЛИСТИКА В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

Курмангалиева Асель

студентка 3 курса специальности журналистика
ЕНУ им Л.Н. Гумилева

При исполнении служебного долга каждый год в «горячих точках» погибает порядка семидесяти-восемидесяти журналистов. Люди погибают при выполнении каждодневной работы. Мир поглатили конфликты: территориальные споры, нерешенные политические, экономические, религиозные вопросы. Освещение конфликтов на Балканах, в Ираке, Пакистане, Мексики, Филиппинах, Индии, Афганистана и многих других странах стало последним журналистским заданием для многих работников различных органов СМИ.

Впервые положение журналиста на войне было определено Гаагской конвенцией 1907 года «О законах и обычаях сухопутной войны». В ст. 13 приложения к конвенции говорилось:

“Лица, сопровождающие армию, но не принадлежащие собственно к ее составу, как то: газетные корреспонденты и репортеры, маркитанты, поставщики, в том случае, когда будут захвачены неприятелем и когда последний сочтет полезным задержать их, пользуются правами военнопленных, если только имеют удостоверение от военной власти той армии, которую они сопровождали”.

В 1929 году была принята Женевская конвенция «Об обращении с военнопленными». В ней говорится примерно то же: «Журналисты имеют право в случае попадания в плен на то же обращение, что и военнопленные, хотя они и сохраняют статус гражданских лиц. При этом упор делается опять же на то, что при них непременно должно быть удостоверение, выданное вооруженными силами».

«После второй мировой войны конвенция была пересмотрена, ее новая редакция вышла в 1949 году. В ней ничего не изменилось в отношении военных корреспондентов. Однако, учитывая, что в условиях хаоса во время второй мировой войны происходила массовая потеря журналистских удостоверений и разрешений на сопровождение армии, условие иметь при себе удостоверение смягчено – в новой редакции конвенции написано, что необходимо получить удостоверение и разрешение. Речь идет о том, что журналист должен иметь разрешение от командования армии своей страны, чтобы сопровождать ее. Кроме того, удостоверение предназначено для того, чтобы доказать право его обладателя на применение к нему тех или иных норм. Однако на момент написания упомянутых Конвенций право распространялось только на момент задержания. Позднее вопрос обеспечения безопасности журналистов на войне много раз обсуждался на заседаниях Генеральной Ассамблеи ООН в 70-х годах. 8 июня 1977 года были приняты