



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

Жарнаманы пайда көзі екен деп жүргізуші мүддесіне нұқсан келтірмеуі керек. Себебі тыңдарман үшін жүргізушінің сөзі өте маңызды.

“Европа плюс” радиосының интерактивті “Жарық ай” бағдарламасының жүргізушісі Қалдыбек Жайсанбайдың дауыс тембрі өте жағымды, ол тыңдарманын бірден еліктіріп әкетеді. Дегенмен эфир этикасына сай өзін-өзі ұстай білу тікелей эфирде қойылатын басты шарттарының бірі. Айталық, “Жарық ай” бағдарламасының кезекті бір санында “Ажырасу” тақырыбы қозғалып, тыңдармандар пікірін айтты. Бұл радио жүргізушісі үшін үлкен қате, ажырасудың расында жақсы емес екені белгілі. БАҚ қызметінің бірі насихат десек, жүргізуші Қалдыбек Жайсанбай ажырасуды насихаттап отырған сияқты. Жүргізуші қай уақытта болсын жақсы нәрсеге насихат жүргізгені жөн. Міне, осы жерден адам өмірі де БАҚ құралында екені байқалады. Эфир қай кезде болмасын онда жұмыс істеушілерден ұстамдылық пен сабырлықты талап етеді.

Сыншы Сағат Әшімбаев: “Дүбірлі дүниеде сөзден мәңгілік, сөз мәнісінен құдіретті еш нәрсе жоқ.” Бәрі де сөзден басталып, бәрі де сөзден аяқталады. Сөз ғана ғасырдан ғасырға жетеді. Жарым сөзге жарты әлемнің тағдыры сыйып кетеді. Сөзден от шығып, сөзге от та тоқтайды. Адамзаттың тарихы да сөзбен сомдалып, адамзаттың тағылымы да сөзден көрінеді. Асыл мен масылдың айырмасы да бір ауыз сөзбен танылады. Тікелей эфир этикасы қиыннан қиыстырып, тығырықтан дер кезінде жеңімпаз болып, тыңдарманды сөйлеу ерекшелігімен өзіне бағындыра білуі керек. Себебі, эфирдің тілі енді шыққан бүлдіршін мен қария да тыңдайды.

Қорыта келгенде Ю. Гальперин: “радионың табиғатының өзі сөйлеу тілін қажет етеді”, дегендей яғни сөйлегенде сөздің сәнін келтіріп, тыңдарман сүйсініп, құлағының құрышын қандыра сөйлеу. Эфир этикасының басты қағидаларының бірі тікелей эфирге дейін, эфир уақытында микрофон алдында сөйлегеннен өзге жұмыс істемеуі тиіс, мысалы, эфирге дейін телефонмен сөйлесіп, бірден тікелей эфирге шыққанда жүргізуші не айтарын білмей қалады, эфир кезінде тамақ ішіп отыратындар да бар. Эфирдегі жүргізушінің жан жадыратар әсем үні мен тартымды бастауы орнықты аяқталып жатқан хабарларының берер үлгісі де мол. Әрбір сөзге әр беріп, өн кіргізіп, ойната білу әдептіліктің асқақ үлгілерінің бірі болмақ.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Омашев Н. Радиожурналистика: оқулық. – Алматы: Экономика. 2005. 36.
2. Әбдіжәділқызы Ж. Тікелей эфир табиғаты. Алматы: Қазақ университеті. 2003. 36.
3. Барманкулов М.К. Телевидение: Деньги или власть. – Алматы: Санат. 1997. С. 105
4. Тұрсынов Қ. Көгілдір экран құпиясы. Алматы: Қазақ Университеті. 1998. 102б.
5. Әшімбаев С. Шындыққа сүйіспеншілік. Алматы: Жазушы, 1993. 51б.

ӨОЖ [172:070]:339.137.2

БӘСЕКЕ БАР ЖЕРДЕ ИМИДЖДІҢ ДЕ РӨЛІ АРТАДЫ

Шакарман Дана

Қоғаммен байланыс мамандығының 3 курс студенті
Телерадиожурналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы
Журналистика және саясаттану факультеті
Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, Астана, Қазақстан.
Ғылыми жетекші – О.І.Тұржан

Ұлттық мәдениетті жаһандық мәдениет жаулап алып, әлем біртекті болып бара жатқан жаһандану заманында әр елдің өз бренді, бәріне танымал имиджі болу өте маңызды болып табылады. Елдің брендін құру – жалпыға бірдей терең зерттеуді талап ететін стратегиялық шешім. Брендтен елдің экономикасы, қаржылық және туристік жағдайы, репутациясы мен бәсекеге қабілеттілігі көрініп тұрады. Заманауи талаптарға сай

Қазақстан Республикасының имиджінің беделі халықаралық аренада артып келеді. Біз Қазақстанның оң брендин құруға тиіспіз, себебі, мемлекетіміздің болашағы елдің қазіргі дамуына байланысты.

Жалпы, имидж түсінігіне тоқталатын болсақ, ол – қоғам немесе жеке адам санасында бұқаралық ақпарат құралдары арқылы және психологиялық тұрғыда ықпал ету арқылы қалыптасқан белгілі-бір нәрсе туралы жасанды бейне не түсінік. Ағылшын тілінен аударғанда *image* бейне, кескін, келбет деген мағынаны білдіреді.

Имидж пиар, насихат және жарнама арқылы жүзеге асырылып, белгілі-бір объект жайлы ой қалыптастырады. XX ғасырдың соңында, ақпарат таратудың электронды арналары жылдам дамып жатқан заманда, адамдардың өзге елдер туралы түсінігі, білімі БАҚ арқылы қалыптаса бастады. Бүгінде елдің оң имиджі елдің сыртқы экономикалық байланыстары мен саяси жобаларын оңай жүзеге асыруға көмектеседі. Ал, елдің нашар қалыптасқан имиджі экономикаға да, саяси жүйелерге де өзінің теріс әсерін берері сөзсіз.

Имидж – бұл мақсатты түрде белгілі бір объекті туралы керекті мәліметтерді бейнелеп, көрсету өнері. Имидж өнеріне жарнаманы да қосуға болады. Имиджтануда имиджмейкинг деген де ұғым қалыптасты.

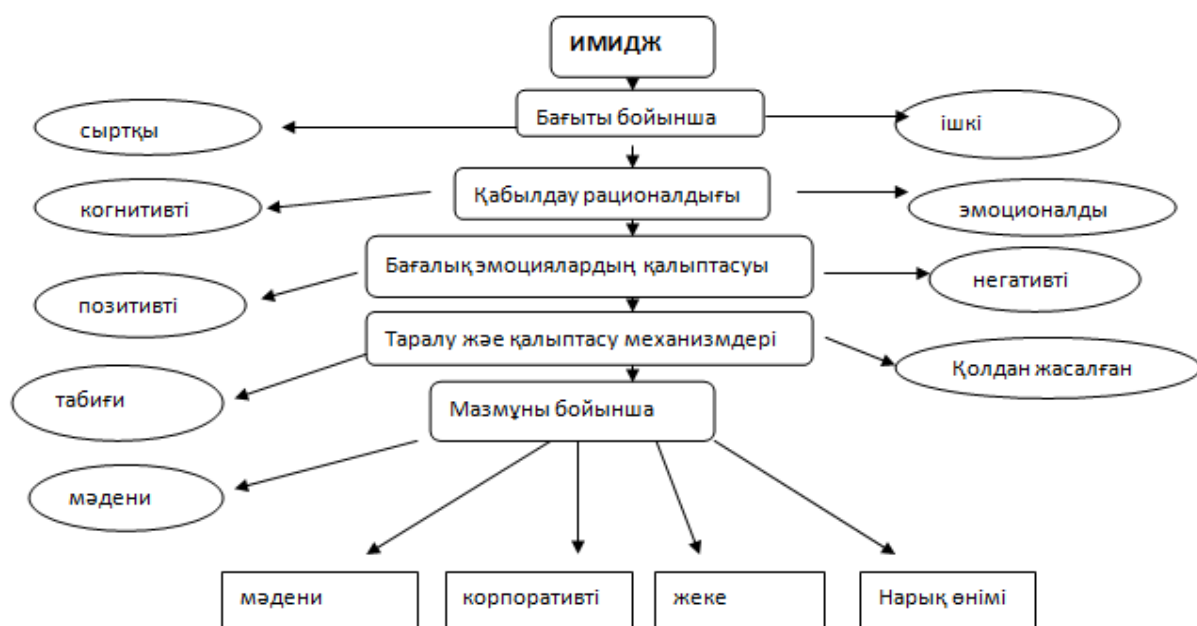
Имиджмейкинг – объектінің қоғам алдындағы бет-бейнесін қалыптастырушы және имидж саласына зерттеу жүргізу, имидж қалыптастыру құралдарын айқындау және таныту. Бұл да имидж саласы ғылымының өзіндік бір таралу ретімен өзіндік ретімен зерттеу нысанына айналды. Әсіресе, бұл саяси салада көбірек қолданылатын технологиялардың бірі.

Имиджді қалыптастыру технологияларының әрқайсысының өзіндік қызметі де саралануда. Мысалы: тек қана бет-бейнені анықтау, яғни, бұл объектіге символдық тұрғыдан келу. Имиджелогияда символдық бейнені елестету нәтижесінде жасалған образ немесе сол символ арқылы қандай да бір ақпарат беру имидждік технологиялардың тиімді түрі болып табылады.

Зерттеуші Эдуард Кондратьевтың сөзіне келсек: «Біздің имидж өзіміз туралы басқалардың көзімен көрген сурет. Кейде имидждің маңызы өзімізден де артып кететіні бар», - деген.

Шынымен де, адамның санасында қалыптасып қалған оның көзімен көрген имиджі, сен туралы барлық ақпаратты беріп тұратындай деңгейге жетеді.

1 кесте



Имиджді құру – бұл қоғамды қызықтыратын және нақты бір саяси міндетті (сайлауда жеңуді, билік беделін арттыруды және т.б.) шешуге мүмкіндік беретін субъектінің қандай да бір қасиеті мен сапасын саналы түрде құру. Бұл мағынада имидж саясат саласының маңызды құрылымдық компонентін білдіреді, оның көмегімен билеуші субъектілер халықпен байланыс жасайды, халықпен қайтымды байланысты ұстауды қамтамасыз етеді, қоғамдық ой-санаға мақсатты әсер етуге мүмкіндік жасайды. Имидж – бұл саяси субъектілердің саяси капиталының маңызды формасы және бір мезгілде оны көбейтудің механизмі.[1]

2 кесте



(кесте globaldiplomats.blogspot.com сайтынан алынды)

Әр елдің имиджін зерттеген кезде алдымен: халқын, оның санын, дәсүрлерін, мәдениетін, биліктің түрін, туристік жағдайын, экспортталатын тауарларын зерттеп, анықтап алу қажет.

Имидж өз кезегінде, елдің жағымды және жағымсыз жағынан танымал болуына әсер етеді. Мысалға, АҚШ доллармен, Макдональдспен, Кола сусындарымен, Шевроле, Форд, Хаммер автокөліктерімен, «Мэри Кей» косметикасымен, «Apple» фирмасымен; Ресей «Faberlic» косметикасымен, қатты қысымен, Франция парфюмериясымен, Италия макарон өнімдерімен, пиццасымен, Жапония техникасымен, Германия машиналарымен ассоциацияланады.

2007 жылы Қазақстан имиджін қалыптастыру мақсатында ірі өзгерістер болды. 2007 жылдың ақпан айында ҚР Сыртқы істер министрлігінің жанынан елдің имиджін шет елдерде қалыптастыруға бағытталған халықаралық ақпарат департаменті құрылған болатын.

Ал қандай кейіпкерлер мен оқиғалар Қазақстанды танымал етеді? Олар:

Мұнай. Қазақстан әлем елдерінде бірінші кезекте мұнаймен ассоциацияланады. Алғашқы қазақстандық мұнай 1899 жылдың қарашасында өндіріле бастады. Қазір Қазақстанда жыл сайын 81 миллион тонна мұнай шығарылады. Болжамдар бойынша, мұнай қоры қазақстандықтарға алдағы 50-60 жылға жетеді. Мұнайдың арқасында елімізде қазіргі таңда түрлі халықаралық форумдар өткізілуде. Мысалға, Астана экономикалық форумы, Kazenergy форумы, т.б.

Байқоңыр. Қазақстан аумағында орналасқан әлемдегі алғашқы және ең ірі ғарыш айлағы. «Байқоңырдан» Жердің алғашқы жасанды серігі ұшырылды, осы жерден Ғарышқа алғашқы адам аттанды.

Нұрсұлтан Назарбаев - Қазақстан Президенті. Әлемнің көптеген адамдарында

Қазақстан елдің Тұңғыш басшысы Н.Назарбаевпен ассоциацияланады. Ол Қазақ елінің президенті болып алғаш рет 1990 жылы сайланды.

Қазақстанның ЕҚЫҰ-ға төрағалығы және ЕҚЫҰ-ның Астанадағы саммиті - 2010 жылы Қазақстан ТМД елдері арасында Еуропадағы қауіпсіздік және ынтымақтастық ұйымына бірінші болып төрағалық етті. Төрағалықтың нүктесі ретінде Астанада ЕҚЫҰ Саммиті өткізілді. Оған ЕҚЫҰ-ға қатысушы 56 елдің, ынтымақтастықтағы 12 серіктес-елдің, сондай-ақ өзге де халықаралық және өңірлік ұйымдардың басшылары, үкімет басшылары мен жоғары лауазымды тұлғалары қатысты.



Невада-Семей - 20 жыл бұрын қоғам қайраткері Олжас Сүлейменов антиядролық қозғалыс ұйымдастырды. Қазақ жеріне және халқына қасірет алып келген Семей ядролық полигоны 1991 жылы жабылды.

2007 жылы құрылған органның ашылуына себеп болған британдық күлдіргі Саша Барон Коэннің 2006 жылғы қарашада жалға беріле бастаған жанжалды «Борат: Қазақстанның пайдасына жасалған Американың мәдени зерттеулері» фильмі. **Борат** - фильмнің ойдан шығарылған кейіпкері. Кино Қазақстан туралы репортаж жасау үшін АҚШ-на аттанған «қазақстандық» репортер туралы. Фильмнің сценарийі дәрекі қалжыңдар мен бұрмаланған фактілерден құралған, сыншылар оны комедия деп атайды. Картина әлемде жоғары танымалдылыққа ие болды. Қазақстан жайлы қара пиарды көрсетеді. Шындыққа мүлдем жанаспайды.

2003 жылдан бастап, әр үш жыл сайын Астанада **Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының съезі** өтеді. 2012 жылы өткен IV съезге әлемнің 40 елінен 87 делегация қатысты.

7-ші Қысқы Азия ойындары - 2011 жылдың қаңтар-ақпанында Астана мен Алматы қалаларында өтті.[2]



Ұлттық аспап **домбыра** да қазақ елінің имиджі деп айтуға болады. Онда ойналатын **күй**, өзге ұлттарда жоқ ерекше құндылықтарымыздың бірі.

Ел имиджінен өзге дара имидж де бар. Дара стиль жеке тұлғаға да, белгілі-бір ұйымға да қатысты. Ал, жеке тұлға стилі кейде ұжым стилін қалыптастыруға да ықпал етеді. Жеке тұлға имиджі шартты түрде алғанда мынандай құрамдас бөліктерден тұрады:

1. **Габитарлық имидж.** Жеке тұлғаның өз айналасына сыртқы көрінісімен ықпал етуі. Зерттеушілердің айтуынша, алғаш көргенде адам имиджіне оның айтқан сөзінің тек 7% үлесі ғана тиеді. Дауысы мен дауыс ырғағы 38%, 55% адамның сыртқы түрі мен іс-әрекетін құрайды.

2. **Кинетикалық имидж.** Адамның жүріс-тұрысы, мимика, қимыл қозғалысы арқылы қалыптасатын имидж. Адамның жылы жүзді болуы жағымды имидждің 50%-ын құрайды.

3. **Коммуникативтік имидж.** Адамдармен тіл табыса білуі, әңгімені қыздыра білуі, сөйлеуі, дауыс ырғағының әдемілігі. Мәселен, нені айтқандығында емес, қалай айтқанында. Коммуникативтік имидждің негізгі көрінісі-адамның шешендік өнерінің болуы.

4. **Ментальды имидж.** Бұл адамның моральды-этикалық ұстанымдары, дүниетанымы арқылы қандай да бір іске деген қарама-қарсы әлеуметтік стереотиптер арқылы қалыптасады.

5. **Заттанған имидж.** Жеке тұлғаның қолданатын заттары арқылы. Мысалы, киім стилі, көлігі, визиткасы, қаламы, қолына қандай сөмке ұстайтыны немес ұстамайтыны, көзілдірік киюі, әсіресе, бизнес және өнер әлемінде жеке тұлғаның іскерлік аксессуарлары ерекше назарда болады.

6. **Орта имиджі.** Бұл жеке тұлғаның әлеуметтік ортасы. Оның достары, олардың қандай қызметтер істеуі, отбасылық жағдайы, пәтері, демалу орны, жұмыс кабинеті, жұмыс үстелі, үстел жағдайы, т.б.

Қорыта айтсақ, қазір имидж барынша маңызды нарықтық құралға айналып отыр. Жоғары дәрежедегі бәсекелестігі бар және әр сатушы тұтынушының сұранымын қанағаттандыра алатын дамыған нарықтық жағдайда, имидж бәсекелестік күрестің шешуші факторы болып табылады.[3] Бірақ, өз имиджіңді қалыптастырарда міндетті түрде оның жақсы жақта қалыптасуына ықпал жасауың керек. Жалпы, ненің болсын имиджін жақсартып, оны оң жағынан танытқанымыз жөн.

Пайдаланылған әдебиеттер:

- 1.<http://kontrosha.net/10156522991349845024.html>
- 2.<http://www.inform.kz/eng/article/2473238>
- 3.<http://kaz.docdat.com/docs/index-83241.html?page=12>

ӘОЖ 659.1:070(574)

ҚАЗАҚ ЕЛІ БРЕНДІН ДАМУДАҒЫ ҚАЗАҚ ЖАРНАМАСЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Шерниязова Айгүл

Қоғаммен байланыс мамандығының 3 курс студенті
Телерадиожурналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы

Журналистика және саясаттану факультеті

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

Ғылыми жетекші – О.І.Тұржан

Тәуелсіздігіне 20 жыл толып отырған біздің жас мемлекетіміз өзін әлемге таныту үшін көптеген жұмыстар атқаруда. Мәселен, елордамызда ЕҚЫҰ саммиті, VII Қысқы Азия ойындары, ИКҰ форумы, 12 Нобель сыйлығының лауреаты бастаған 8 мыңға тарта сарапшылар жиналған V Астана экономикалық форумы, әлемнің 40 елінен делегаттар қатысқан Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының IV съезінің өткені толық дәлел болғандай. Халықаралық айтулы оқиғалардың дүбірлі ордасына айналған Астананың бұл дәстүрлі эстафетасы, амандық болса, енді – Дүниежүзілік көрмелер алаңы – ЕХРО-2017-ге ұласуы мүмкін. 2017 жылы «ЭКСПО» көрмесінің Қазақ Елінде өтетіндігі де еліміздің беделін одан сайын артта түседі.

«ЭКСПО көрмесі – жаһандық ауқымдағы оқиға. Ол маңыздылығы жағынан ірі экономикалық форумдармен, туристік тартымдылығы бойынша әлемдегі ең танымал