



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ТҰҢҒЫШ ПРЕЗИДЕНТІ - ЕЛБАСЫНЫҢ ҚОРЫ

«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»

студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»

PROCEEDINGS

of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»



14th April 2017, Astana



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

**«Ғылым және білім - 2017»
студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2017»**

**PROCEEDINGS
of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2017»**

2017 жыл 14 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

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 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2017

радиохабарлар сол кезде де, кейін берілуімен болды»[5]. Қазақ радиосы жастарға әскери-патриоттық тәрбие беруді басты мақсатына айналдырып, радиохабарлар құрылымынан ешқашан түсірмеген. Соның дәлелі ретінде 2013 жылы М.Махамбетқызы Қарулы күштер өміріндегі маңызды және айтулы оқиғаларды насихаттауға, жастарды әскери-патриоттық тәрбиелеуге, әскери қызметтің қоғамдағы беделін арттыруға қосқан үлесі үшін Қорғаныс министрінің грамотасымен марапатталған.

Тағы бір айта кететін жағдай, Қазақ радиосының «Ақсауыт» радиожурналын біздің жерлесіміз, белгілі журналист Қаршыға Есімсейітова жүргізген екен. Бұл туралы «Ана тілі» газетінде берілген Н.Мықтыбайдың очеркінен кездестірдік. «Қазақ радиосының әскери-патриоттық тәрбие бағытында берілетін «Ақсауыт» радиожурналы үшін Президент әрі Бас қолбасшы Нұрсұлтан Назарбаевтың өзінен сұхбат алуға баратын осы бір еңбекқор, қара қызға бәрі де сүйсіне қарайтын. Кілең мықты, «сен тұр, мен атайын» дейтін қаламгер ақын аға-апаларының ортасына кейіннен қосылса да, қаламының қарымын танытқан Қаршыға көп ұзамай Қазақстан Журналистер академиясының «Алтын жұлдызымен» марапатталды»[6], - деп жазады.

Әскери журналистика кез келген тілшінің қолынан келе бермейтін қиын сала екенін жоғарыдағы мәліметтер көрсетеді. Қазақ әскери журналистикасы басқа елдермен салыстырғанда әлдеқайда жоғары тұр. Өйткені біздің әскери тілшілеріміз сұрапыл соғыс даласында емес, бейбіт өмірдің күзетшісі ретінде қызмет етіп жүр. Олардың басты міндеті мен қызметі жастардың бойына патриоттық сезім ұялату, олардың Отан алдындағы парызы мен қарызын ұғындыру, қазақ әскерінің әлеуетін көтеруге бағытталған. Сондықтан да қазақ әскери журналистикасы әскери шенділердің өзекті мәселелері мен жауынгерлердің ел қорғауға дайын болу шараларына аса көңіл бөліп отырады.

Әскери публицистика Ұлы Отан соғысы жылдарында түрленіп, жарқырап, белсенді көрінсе, қазіргі таңда Қорғаныс министрлігіне қарасты мерзімді басылымдар мен республикалық, облыстық басылымдарда майдангерлер туралы очерктер мен естеліктер, репортаждар жиі жарияланады. Радио мен телевизияда тұрақты түрде мемлекеттің қорғаныс қызметі басты назардағы мәселе.

Түйіндеп айтар болсақ, қазақ әскери журналистикасы мен публицистикасы елдің саяси тұрақтылығы мен қауіпсіздігін сақтауда бейбіт өмір мен татулықты насихаттап келеді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Dominikowski T. Massenmedien und Massenkrieg. 1993. www.link.springer.com.
2. Philip Knightly. The first casualty. From the Crimea to Vietnam: the war correspondent as hero, propagandist, and myth maker /www.ru.wikipedia.org.
3. Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы / Ред.сост. М.Погорелый и И.Сафранчук. -Москва: Гендальф, 2002. -253 с.
4. Великая Отечественная война 1941-1945. Энциклопедия. –Москва, 1985.
5. Біздің тарихымыз /<http://kazradio.kaztrk.kz>.
6. Мықтыбай Н. Қаршыға // Ана тілі Ұлт газеті, 4 наурыз, 2015.

ӘОЖ 009

ІСКЕРЛІК БАСЫЛЫМДАРДЫҢ ЗЕРТТЕЛУІ МЕН ЕРЕКШЕЛІГІ

Әли Салтанат Файзоллақызы

ali_saltanat@inbox.ru

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Журналистика және саясаттану
факультетінің 2 курс магистранты
Ғылыми жетекші – М.Б.Шиндалиева

Іскерлік басылымдардың ерекшелігіне журналистика саласындағы зерттеулерде маңызды көңіл бөлініп келеді (Вырковский А.В., Еременко А.В., Засурский Я.Н., Кулев

В.С.), соның ішінде қалалық іскерлік баспасөз (Толстунова М.А.) туралы да еңбектер бар. Бизнеске арналған баспасөз туралы арнаулы зерттеулер соңғы жылдары бірнеше ғылыми еңбектерде көрініс тапты. Соның ішінде Е.И.Мордовскаядың «Іскерлік баспасөз мерзімді баспасөз жүйесінде» атты еңбекте іскерлік баспасөздің типологиялық формалары, қалыптасу және даму жолдары туралы, А.В.Еременконың «Ресейдегі іскерлік баспасөз: тарихы мен басылым моделі», В.Я.Сергачевтің «Аймақтың іскерлік баспасөзі: тарихы және дамудың перспективалары», сондай-ақ, «Ресейдің іскерлік баспасөзі: бүгіні мен келешегі» деген еңбектер де бар.

«Іскерлік журналистика» деген ұғымды саралай келе, А.А.Грабельников «іскерлік баспасөзді» бірнеше түрге бөліп қарастырады. Зерттеушінің пікірінше, талдамалы журналистік мәтіндер пайдаланылатын іскерлік баспасөз заңнамалық және нормативті ақпаратты таратып, оқырмандарды қазіргі бизнестің жағдайы жайында кеңінен хабардар етеді. Бұл ретте А.А.Грабельников іскерлік басылымды элиталық топтарға арналған сапалы басылымдарға төрт түрге бөледі: корпоративтік және ведомстволық басылымдар, кең оқырманға арналған танымал басылымдар, салалық талдамалы басылымдар[1,28-б].

А.В.Еременко келесідей ұйғарымды ұсынады: «Іскерлік баспасөз –бизнес-коммуникацияның қарамағында болатын, талданатын мәселенің экономикалық табиғатын ашатын біртұтас санаттық белгісі, яғни іскерлік мәселелер жиынтығы бар айрықша ақпараттық жүйе. Е.И.Мордовская іскерлік баспасөз ұғымын былай анықтайды: «Іскерлік баспасөз дегеніміз – бизнестің дамуына ықпал ететін ақпараттық кеңістікті құру мақсатындағы материалдарды (журналистік, статистикалық, заңнамалық, жарнамалық-ақпараттық және т.б.) жариялау арқылы бірінші кезекте кәсіпкерлік қажеттіліктерді қанағаттандыру болып табылады»[2,39-б],-дейді.

Біздің ойымызша, іскерлік баспасөздің басты белгілерін көрсететін ең дәл анықтаманы В.С.Кулев береді: «Іскерлік баспасөз нақты аудиторияға бағытталған»[3,49-б],-деген тұжырымы орынды. Оның міндеті – кәсіпкерлердің қажеттілігін қамтамасыз ететін ақпараттық инфрақұрылымды қалыптастыру, нарықтық экономика принциптерін насихаттау, заңнамалық және нормативтік ақпаратты тарату, отандық бизнесменнің жағымды имиджін қалыптастыру, оқырманды бизнес әлемі жайында кеңінен хабардар ету. Бұл, ең алдымен, элиталық топтарға арналған сапалы басылымдар, корпоративтік басылымдар, сараптамалық басылымдар. Бұл – мамандарға арналған іскерлік газеттер мен журналдар – экономика, саясат, ғылым, мәдениет төңірегіндегі мәселелерді де қозғайды» [3,59-б],-деген түсінік береді.

Соңғы екі онжылдықта Қазақстанда іскерлік БАҚ жүйесі қалыптасып үлгерді. Олардың құрамында іскерлік басылымдар (тек іскерлік ақпарат – экономика саласындағы жаңалықтар мен комметарийлер) мен іскер адамдарға арналған басылымдар (іскер адамдарды іскерлік, сондай-ақ басқа да қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету) бар. Іскерлік басылымдар республикалық және өңірлік деңгейде дамып келеді. Бұған бизнестің әртүрлі салаларында жұмыс істеп тұрған барлық құрылымдар мен ұйымдар (банктер, сақтандыру компаниялары, сауда және көрме фирмалары, әртүрлі қаржы институттары, өндірушілер, логистика, менеджмент, ұйым басқару, салық салу, жылжымайтын мүлік, сапаны басқару, электронды коммерция, құрылыс, көлік, сауда, құнды қағаздар, фондты нарық, туризм, құқық, бухгалтер пен аудит, кәсіпкерлік және т.б.) жағдай туғызуда.

Өңірлік іскерлік басылымдар өңірлік инфрақұрылым секторларының бірі ретінде (ақпараттық) алға шығып кетті. Жергілікті газеттер мейрамханалар рейтингісінен бастап, банктердің ұсыныстарына дейінгі барлық өзекті ақпаратты жариялау арқылы белгілі бір аймақтың қажеттілігін қанағаттандыратын ақпарат көзі болумен қатар, жарнама берушілерге арналған таптырмайтын ресурс ретінде де қолданылады.

Алдымен, іскерлік басылымдарда жұмыс істейтін журналист қызметінің аясына бизнес-ортадағы экономикалық талдамалық, маркетингтік, зерттеуші және кәсіпкерлік қызмет түрлері жататындығын атап өткен жөн. Іскерлік баспасөз құралдары экономикалық нарықтағы жағдайларды көрсетіп, кәсіпорынның қызметін, өндірістік ортаға жаңа

технологиялар енгізілгендігі туралы ақпараттарды ұсынып отырады. Яғни біз, жоғарыда аталып кеткендей, кейбір зерттеу жұмыстарында берілген ақпараттардан өзге іскерлік журналистиканың ортаға әсер етуі туралы толықтай анықтамалар береміз

Іскерлік журналистиканың құрылымдық-қызметтік ерекшелігі үш түрлі факторлар тобына негізделеді: объектілі-заттық толықтыру; әдіс; аудиторияның сипаты, осы үш топ арқылы коммуникативті байланыстар іске асырылады.

Іскерлік баспасөзге қатысты типологиялық сұрақтар бүгінде толықтай шешімін таппаған. Зерттеушілер бұл мәселе бойынша бір шешімге келе алмай отыр. Мысалы, Д.П.Гавра іскерлік БАҚ аудиториясының үш дәрежесін бөліп көрсетті:

- бизнес-субъектілер – кәсіби кәсіпкерлік іс-әрекет субъектілері;
- баға өндірісіне байланысты кәсіби өндірістік емес сипаттағы субъектілер;
- қарапайым экономикалық сипаттағы субъектілер.

Осы сипатта бөліп қарастыру іскерлік баспалардағы аудиториялар типіне қарай үш дәрежеге негізделеді:

- шағын мағынадағы іскерлік журналистика – бизнес-субъектілер үшін бизнес-журналистика;
- толық мағынадағы іскерлік журналистика – кәсіби (мамандандырылған) - экономикалық журналистика;
- кең мағынадағы іскерлік журналистика – барлық дәрежедегі аудиториялар үшін[4,37-6].

М.А.Бережная іскерлік БАҚ аудиториясын келесі дәрежелер арқылы сипаттайды:

- Экономикалық журналистика аудиториясы (менеджерлер, экономисттер, қаржыгерлер, бухгалтерлер, логисттер, қамтамасыз етушілер);
- Іскерлік экономикалық емес журналистика аудиториясы (білікті мамандар - профессионалдар);
- Жалпы іскерлік журналистика аудиториясы – қарапайым (профессионалды емес) экономикалық әрекет субъектілері[5,32-6].

Баспасөз зерттеушілерінің көпшілігі жалпы іскерлік ақпарат секторын келесідей бөліп:

- Экономикалық ақпарат;
- Биржалық және қаржылық;
- Іскерлік ақпарат;
- Статистикалық ақпарат;
- Коммерциялық ақпарат.

Бүгінгі таңда іскерлік баспаларды шығарумен айналысатындар:

- Медиаторлар;
- Іскерлік баспа профильді болып саналмайтын бизнесмендер;
- Білік органдары;
- Экономика саласында жұмыс атқаратын қорлар мен ұйымдастырушылар.

Іскерлік журналдардың негізгі оқырмандары – компания, өндірістік кәсіпорындардың иелері мен басшылары, орта буын менеджерлері, билік органдарының өкілдері, өз бизнесін бастауға бет бұрған адамдар. Баспагерлер дәл мына аудитория туралы ақпараттар келтіреді: негізінен 35-50 жас аралығындағы ер азаматтардан тұратын, тұрақты жоғары кіріс көзіне ие, қоғамның әлеуметтік белсенді бөлігі. Баспаның «іскер элитаға арналған журнал», «лауазымды тұлғалар үшін», «қалталы азаматтар үшін», «таныстыру дәрежесіндегі журнал» секілді тақырыпшалары бар. Кәсіпорындардың мамандары мен басшыларының назар аударуы үшін «танымал іскер» аталатын журналдар мысалы да кездесіп жатады.

Елдегі экономикалық ахуалдың айтарлықтай өсуіне қарамастан Қазақстанның іскерлік басылымдарының нақты аудиториясы соңғы жылдары тіпті артпаған және олар алдыңғысынша елдің жалпы оқырмандары арасында бар-жоғы 2% құрайды. Ал Еуропа елдерінде бұл көрсеткіш 50% құрайды. Күнделікті сарапшылардың бағалауы бойынша «Эксперт Казахстана», «Личные деньги», «Kazakhstan Business Magazine»,

«Бизнес&Власть», «National Business», «Эксперт Казахстан», «Бизнес спектр Казахстана», «Forbes Казахстан», «PR-Партнер» басылымдарын Астананың 12% тұрғыны, ал жалпы Қазақстанның – 9% ғана оқиды.

Дегенмен іскерлік журналистиканың типтік жүйесіне қатысты түрлі зерттеулер позициясына оралайық. А.А. Грабельников «іскерлік баспасөз» және «іскерлік журналистика» ұғымдарын ажыратуды ұсынады: іскерлік баспасөз журналисттік мәтіндер, әсіресе талдаулар белсенді қолданылатын, заңнамалық және нормативтік ақпараттарды тарататын, оқырмандарды бизнес әлемімен таныстыратын баспасөзден тұрады. Ол іскерлік баспасөзді элиталы топтарға арналған сапалы топтарға бөліп көрсетті: корпоративті және мекемелік басылымдар; жалпы оқырмандарға арналған танымал басылымдар; салалық талдаулық басылымдар[1,78-б]. Ал іскерлік журналистика журналисттік мәтіндер тіптен кездеспейтін газеттер мен журналдардан тұрады. Оның орнына биржалық ақпарат, баға белгілеу, тауардың ағымдағы баға көрсеткіші, хабарландырулар және жарнама (көтерме және жекелей сауданы, қызмет ету аясы туралы ақпараттар шығаратын баспалар) жарияланады. Осылайша, біз жалпы іскерлік журналистика саласын іскерлік баспаға дейін жеткізіп, зерттеу нысанының аясын тарылтамыз.

Е.И.Мордовская іскерлік баспасөз ұғымына былайша анықтама берді – бұл «бірінші кезекте кәсіпорындардың ақпараттық қажеттіліктерін қамтамасыз ету мақсатында бизнесті дамытуға әсер ететін ақпараттық аумақты құру үшін материалдар басып шығаратын (журналистік, статистикалық, заңнамалық, жарнама-ақпараттық және т.б.) баспа»[6,53-б]. Ол іскерлік баспасөзді келесідей топтарға бөліп көрсетті: алдын ала арнайы білімді талап етпейтін (бұқаралық), қолжетімділік пен түсініктілігі жоғары дәрежеге ие басылымдар; арнайы мамандар мен кәсіби мамандарға арналған (мамандандырылған) баспасөз[6,89-б].

Қорыта айтқанда, іскерлік баспасөздің келесі топтарын атап өтуге болады:

- Жалпыға бірдей іскерлік журналдар - бизнес-қоғамдастықтар мен бизнеске қатысты қызмет көрсететін мамандарға арналған басылымдар. Мұндай газет, журналдарда шығарылатын ақпараттардың басым бөлігі экономика, бизнес, қаржы, менеджментке қатысты жаңалықтар, талдау мен анықтамалық ақпараттар болып табылады. Алайда, аталған іскерлік баспа түрлерінде бос уақытты қалай өткізу, хобби, спорт және т.б. арналған тараулар да болады.

- Мамандандырылған (салалық және профессионалды) іскерлік журналдар – мазмұны, тек осы салаға немесе басқару, өндіріс және қаржылық қызмет ортасына тікелей қатысы бар тұлғаларға арналған БАҚ түрі.

- Корпоративті іскерлік журналдар – нақты кәсіпорын, корпорация, бірлестіктермен компания қызметкерлеріне, сала қызметкерлеріне (бәсекелестерді қоса есептегенде), атқарушы және заң шығарушы билік өкілдеріне қандай да бір ақпаратты жеткізу үшін шығарылатын баспасөз түрі. Олардың басты айырмашылықтары – редакциялық саясаттың салыстырмалы тәуелсіздігі, сондай-ақ корпоративті тақырыпқа қарағанда салалық ойдың басым болуы.

- Іскерлік журналдар – мемлекеттік биліктегі органдардың баспалары – мемлекеттік биліктегі органдармен бекітілген немесе ҚР заңнамасына сай мемлекеттік тапсырмаларды орындайтын журналдар.

Зерттеуші Б.Я. Мисонжникованың ойынша шартты іскерлік БАҚ келесі түрлерге бөлуге болады:

- Жалпы бағыттағы іскерлік басылымдар – аталған типтік модельдің белгілерін сақтай отырып, тақырыптық бірегейлігімен ерекшеленетін баспасөз түрі;

- Саяси-экономикалық бағыттағы іскерлік басылымдар – теориялық саяси-экономикалық компоненттер анық көрсетілетін және сол арқылы маңызды әлеуметтік-саяси құбылыстар қарастырылатын баспасөз түрі;

- Қаржылық бағыттағы іскерлік басылымдар – банктік капитал динамикасы, қаржылық мекеме қызметтері, несие беру деңгейі мен тенденциясы, валюта курсы және т.б. анықталатын баспасөз түрі;

- Биржалық іскерлік басылымдар – биржаның жан-жақты түрі көрсетілетін: құнды қағаздарды сатып алу және сату, акциялардың ағымдағы бағасын анықтау және т.б. баспа түрі;

- Сапалы баспалар – күнделікті газеттік аралықтың өте ерекше түрі, мұнда үздік әлемдік баспасөздің ұзақ уақыт бойында дамуы нәтижесінде пайда болған жалпы типтік модель көрсетіледі. Сапалы басылымдар жоғары сараптамалық, журналисттік және полиграфиялық дәрежесімен сипатталады. Мұнда оқырман – кәсіпорын иесі, банкир, қаржыгер, коммерсант, тарапынан басқару барысында жеке қабылданатын шешімдерге қатысты қаржылық және экономикалық ақпараттар жарияланады, бұл үшін газет өніміндегі ақпараттардың туралық, жан-жақтылық, ұйымшылдығы қажет.

БАҚ-ты іскерлік типке жатқызу үшін мынадай іргелі белгілерді ажыратуға болады: аудиториялық (елдің экономикалық өмірінде болып жатқан процестерге қатысы бар оқырмандар), пәндік-тақырыптық бағыт (экономика) және мақсатты бағыт (іскерлік БАҚ мақсатты аудиторияны экономика әлемінде болып жатқан ақпаратпен қамтамасыз ету үшін қызмет етеді). Іскерлік баспасөз аудиториясы бизнесмендер мен жеке кәсіпкерлерден ғана тұрмайды сонымен қатар, жетекші фирмалардың мамандары, саясаткерлер, шенеуніктер, ғалымдар, экономистер, менеджерлер, PR-мамандар, саясаттанушыларды дайындайтын қазақстандық жоғары оқу орындар. Іскерлік баспасөздің негізгі түр қалыптастырушы белгісі оның тақырыптары (экономика, бизнес мәселелері) болып табылады.

Әмбебап іскер басылымдарға «Бизнес&Власть», «National Business», «Эксперт Казахстан», «Бизнес спектр Казахстана», «Forbes Казахстан» журнал басылымдары жатады. Бұл басылымдар жалпы экономикалық ақпарат пен биржалық мәліметтерді жариялаумен қатар, саясат, әлеуметтік мәселелер, мәдениет және т.б. жайында жазады. Бірақ оның негізгі мазмұны іскерлік ақпарат болып қалады. Бағыты бойынша «Экономика және өмір» апталық газетін әмбебап іскер басылымдардың қатарына жатқызуға болады. Алайда, қолданыстағы мазмұнына сәйкес газет «Қаржылық газеті», «Қаржылық Қазақстан» секілді мамандандырылған іскерлік басылымдарға тезірек жақындап келеді. Бұл, ең алдымен, нормативтік құжаттарды және түрлі заң нормалары мен заңға тәуелді актілерді қолдану жөніндегі түсіндірмелерді жариялаудың есебінен болады.

Қазақстандағы баспасөздегі мамандандырылған іскерлік басылымдар қатарына «Kazakhstan Business Magazine», «Бизнес&Власть», «National Business», «Эксперт Казахстан», «Бизнес спектр Казахстана», «Forbes Казахстан», «PR-Партнер», «Деловой Казахстан» т.б. жатқызылуы мүмкін. Сондай-ақ, тар көлемде мамандандырылған іскерлік басылымдар қазақстандық баспасөзде «Қаржы және несие», «Бухгалтерлік есеп» және т.б. газет-журналдары ретінде кеңінен ұсынылған.

Кәсіби басылымдар, әдетте, өзінің кәсіби тиесілілігін титулға шығарады: «Қаржыгер», «Банкир» және т.б. журналдары. Бір жағынан, оларды мамандандырылған іскерлік басылым ретінде қарастыруға болады. Алайда, тақырыптық сипаты бойынша кәсіби басылымдар әмбебап болып келеді - олар, әдетте, кәсіпті ғана емес, кәсіптегі өмірді қамтиды. Бұл жағдай кәсіби басылымдарды баспасөздің дербес түрі ретінде бөлініп шығуға итермелейді. Біз қарастырған барлық іскерлік басылымдардың бастауы олардың негізгі функциясы – бизнес-коммуникацияның қамтамасыз ету функциясы болып табылады. Ол іскер басылымдарға қойылатын сенімді ақпарат көзі болу деген негізгі талапты анықтайды.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. М., 2001. - 336 с.
2. Еременко, А.В. Деловая пресса: проблемы идентификации и типологизации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тез. науч.-практ. конф. — СПб., 2004.
3. Кулёв, В.С. Деловая пресса России // Вестник Московского университета. - Сер.10. - Журналистика. - 1994. - № 5. С.145.

4. Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика: Учеб. пособие. СПб.: Питер, 2010. 304 с.
5. Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисак и др. отв. ред. А. В. Вырковский. М., 2012.
6. Мордовская, Е.И. Деловая пресса в системе периодической печати. Типологические факторы, характеристики становления и развития. дис. ... канд. филол. наук. - М., 1998.

ӘОЖ 374.3

МЕДИАПЕДАГОГИКАНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Болат Айдана

Қорқыт Ата атындағы қызылорда мемлекеттік университеті
журналистика мамандығы бойынша 3-курс студенті

Ғылыми жетекші: Әшірбекова Гүлмира

Қорқыт Ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті
қазақ тілі мен әдебиеті және журналистика кафедрасының аға оқытушысы, ф.ғ.к.

Қазіргі әлем медиясыз бұқаралық ақпарат және қатынас құралын елестету қиын. Медиа бүгінгі таңда жер бетіндегі бүкіл адамдардың ең маңызды өрісі болды. Қазір ақпараттың қарқынды әрі үздіксіз дамуы білім беру мазмұнына өзгерістер енгізіп, білім беру урдісіне жаңаша бағытта қалыптасуына ықпал етіп отыр. Бұқаралық ақпарат құралдарының кең таралуының барысында жасөспірімдер ақпарат тасқыны астында қалуда. Осының әсері жасөспірімдердің "ақылы мен жүрегіне" бойлай сіңіп, қоғамымызға, әсіресе ұлттық тәрбиемізге қауіп төндіріп отыр. Жалпы Медиа термині біздің елімізде қолданыста жиі аталмағанымен, біртіндеп өміріміздің ең маңызды бөлігіне айналып келе жатыр. Оны біз өзімізде байқамай қалып жатырмыз. Бұрын технологияның өркендеген дәуірі десек, қазір ол жаһандық ақпарат ғасыры деп аталатын кезең қоғамымыздың дамуына, соның ішінде тәрбие, білім беруде тұлғаның қалыптасуына әсерін тигізетін күшті қару болып отыр. Ақпарат құралдары арқылы жеткен ұғым, түсінік тұлғаның мінез-құлқына, психикасына әсерін тигізеді. Сондықтан ондағы мән-мазмұнды пайымдап білуге, заңдылықтарды ажырата алуға баулып, дұрыс қорытынды жасай білуге қалыптастыру бүгінгі білім беру, тәрбиелеу саласының өзекті мәселелері болып отыр.

Елбасы Н.Назарбаевтың биылғы Қазақстан халқына арнаған "Жаңа әлемдегі Жаңа Қазақстан" атты жолдауында білім беру реформасының басты өлшемі тиісті білім мен білік алған кез келген азаматы әлемнің кез келген елінде қажетке жарайтын маман болатын деңгейге көтерілуге болып табылады дей отырып, әлемдік стандарт деңгейінде сапалы білім беру қызметін көрсетуге қол жеткізуді көрсету керек екенін айрықша атап өтеді. Еліміздің педагогикалық саласында медиа-білім беру туралы нақты зерттеулер болмағанымен ақпараттық білім беруді жетілдіру барысындағы зерттеулердің орны ерекше. Атап айтатын болсақ, жалпы мектепте білім беретін ақпараттық жағдайында оқу үрдісінің тиімділігін көтеру, ақпараттық технологияны пайдалану, білім саласын арттырудағы баспасөздің орны туралы, ақпараттық мәдениетті қалыптастыру сияқты мәселелер қарастырылады. Жалпы Медиа-білім беру - педагогикадағы мектеп оқушыларының бұқаралық байланыс заңдылықтарын оқуын жақтайтын бағыт. Негізгі міндеті - жас ұрпақты қазіргі ақпараттық заман талаптарына, түрлі ақпаратты қабылдау мен анализдеуге дайындау, адамды оны түсінуге, оның психикаға әсерін білуге үйрету, байланыстың вербальдік емес формалары негізінде, техника құралдар мен қазіргі ақпараттық технологиялар көмегімен қарым-қатынас жасау тәсілдеріне үйрету.

Мектепке дейінгі балалық шақта, яғни, 4 пен 7 жастың аралығындағы балалардың өзіне тән ерекшеліктері, оның айналасындағы болып жатқан құбылыстарды жіті аңғарып,