

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Л.Н.ГУМИЛЕВА**

L.N.GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика және саясаттану факультеті

Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы

**«ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ: КЕШЕ, БҮГІН,
ЕРТЕҢ»**

халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2018 жылғы 14 желтоқсан

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

**«КАЗАХСКАЯ СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЧЕРА,
СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»**

14 декабря 2018 года

MATERIALS

of International scientific and practical conference

**KAZAKH SPORT JOURNALISM: YESTERDAY, TODAY AND
TOMORROW**

Астана 2019

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

Қ 17

Жауапты редактор: PhD доцент И.С.Рыстина

Құрастырушылар: Аға оқытушы Д.Дүйсебай, , оқытушы

А.Қалдыбекова, оқытушы Ш.Шәкенова

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2018 жылғы 14 желтоқсан /құраст.: Д.Дүйсебай, А.Қалдыбекова, Ш.Шәкенова – Астана: Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019. - 187 б.

Жинаққа «Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары - Қазақ спорт журналистикасының даму кезеңдері, интернеттегі спорт тақырыбы, спорттағы PR, қоғаммен байланыстың өзекті мәселелері туралы мақалалар енгізілді. Ғылыми жинақта жарық көрген материалдар БАҚ қызметкерлері мен ғалым-зерттеушілерге, PR-мамандарына, журналистерге, оқытушылар мен студенттерге, сондай-ақ көпшілік оқырманға арналған.

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

© Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019

ISBN978-601-337-114-6

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Мазмұны

ДҮЙСЕБАЙ Дүрәлі ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ТҮБІ ӘРІДЕ ЖАТЫР	4
РЫСБЕК Қыдырбек ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТЕРДІҢ СӨЗ САПТАУЫ ЖӘНЕ ІЗДЕНІСІ ТУРАЛЫ.....	9
АХМЕТОВ Марат СПОРТ САЛАСЫН НАСИХАТТАУҒА МЕМЛЕКЕТТІК КӨЗҚАРАС.....	12
САСАЕВ Нұрғазы ИНТЕРНЕТТЕГІ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	14
ҚАЙРАТҰЛЫ Б. ҰЛТТЫҚ СПОРТ ТҮРЛЕРІНІҢ ТАРИХИ-РУХАНИ МАҢЫЗЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ҚҰНДЫЛЫҒЫ	16
ТАЙЖАН Бақтияр СПОРТТАҒЫ КӘСІПҚОЙЛЫҚ ЖУРНАЛИСТКЕ ДЕ КЕРЕК	27
ПЯТИБРАТОВ Анатолий В РАНГЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАТУСА.....	30
ЫСҚАҚ Динара ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНДАҒЫ PR.....	34
ҚАЛДЫБЕКОВА Айдана Жарқынбекқызы СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	39
ЗУРАШЕВ Мереке «SPORT» («ҚАЗАҚ СПОРТЫ») ГАЗЕТІНДЕГІ ЖАНРЛЫҚ БОЛМЫС	44
СҰЛТАНБЕК Назерке ҚАЗАҚСТАН БАРЫСЫ" ЖОБАСЫНЫҢ СПОРТ ТАҚЫРЫБЫН НАСИХАТТАУҒА ЖӘНЕ ЕЛ ИМИДЖІН ШЕТЕЛДЕ ТАНЫТУҒА ЫҚПАЛЫ	49
ИМАНҒАЛИЕВ Бауыржан Сәбитұлы, ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратқызы АДАМНЫҢ ТҰЛҒА БОЛЫП ҚАЛЫПТАСУЫНА ДЕНЕ ТӘРБИЕСІНІҢ ӘСЕРІ	53
МҰРАТ Айгерим СПОРТИВНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ	56
СЫБАНБАЙ Сәкен ҰСТАЗ БЕН ШӘКІРТ ӨНЕГЕСІ.....	59

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

СЫБАНБАЙ Сәкен МИКРОФОН АЛДЫНДАҒЫ ОЙЫНШЫ.....	65
ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратовна СПОРТТЫҢ ТҮЛҒАЛЫҚ ДАМУЫНА ӘСЕРІ	67
БОЛАТОВА Гүлжауһар Жамбылқызы, АМАНЖОЛОВ Бекарыстан Нұрланұлы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ЭТОНОСАЯСАТ ЖӘНЕ БАҚ: ТАРИХЫ, ҚАЛЫПТАСУ КЕЗЕҢІ	70
ТҰРЖАН Оңайгүл, ЕГЕМБЕРДИЕВ Исках ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ АҚПАРАТТЫҢ ЖӘНЕ ЦИФРЛЫ МАРКЕТИНГТІҢ ТУРИЗМДІ ДАМУЫҒА ЫҚПАЛЫ	75
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, ТОКЕНОВА Диана ПСИХОЛОГИЯ БРЕНДИНГА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	82
МУХАМБЕТОВА В. К. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	86
ШӘКЕНОВА Шынар ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚҰЗЫРЛЫ МЕКЕМЕЛЕРДІҢ КРИЗИСТІК КОММУНИКАЦИЯСЫ	89
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ, АЛГАЛИЕВА Гүлназым Сакенқызы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ДАМУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ	92
КУДАЙБЕРГЕНОВА А.С. ТИПОЛОГИЯ АНАЛИЗ PR-ТЕКСТОВ В КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-СМИ: НАТИВНАЯ РЕКЛАМА	97
ДИДИГОВА Мадина Магомедовна ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ЖУРНАЛИСТОВ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ).....	102
АЛЬКЕЕВА А.К РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	104
ДАНИЛОВ Александр Сергеевич ПРОЦЕСС ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	108
АЯГАНОВА Асель Агыбаевна РАЗВИТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	112
ИМАНГАЛИЕВА Маржан Әбдірәсілқызы КОМПАНИЯДАҒЫ ҚАРЖЫ МЕНЕДЖМЕНТІН ЖЕТІЛДІРУ АСПЕКТІЛЕРІ	116

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

МОЛДАБАЕВ Хасен Советханұлы МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕДЕГІ БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	121
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ӘБУ НАСЫР ӘЛ-ФАРАБИ ПУБЛИЦИСТИКАСЫ	129
ҚАЖДАР Іңкәр Асқарқызы ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК МЕДИА-КОНТЕНТТЕРДІ САЛЫСТЫРУ	132
АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА М. БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ	137
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАЛАР	142
БАБАЖАНОВА Дина Маратовна «МЯГКАЯ СИЛА» КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА.....	145
КЕНЖЕБАЕВА Назым Қайратқызы АҚПАРАТ ТАРАТУДЫҢ МЕДИА ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ.....	149
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, МЕДЕТТЕГИ Асель PR В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....	154
ШАКАРМАН Дана Қазбекқызы ҚОҒАМДЫ ЦИФРЛЫҚ ТҮРЛЕНДІРУ — ЗАМАН ТАЛАБЫ.....	158
АҚЫНОВА Аружан Алибиқызы НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДА ДАМУЫ	162
МҰРАТ Самал КОМПАНИЯ СТРАТЕГИЯСЫН ТАҢДАУ ЖОЛДАРЫ	167
НУРТУГАН Сәтжол ҰЙЫМДАРДЫҢ КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМЫ	169
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы «СӨЗ ҚҰРАҒАН» ҚАЗАҚТЫҢ МАТЕМАТИГІ	172
МЕКЕБАЕВА Мадина Булатовна КАК DIGITAL-МАРКЕТИНГ И PR ВЛИЯЮТ НА РАЗВИТИЕ FASHION-БИЗНЕСА?	176
КАЙКЕНОВА Мархаба PR КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	180
АДАЙХАНОВА Ұлмекен МАНИПУЛЯЦИЯҒА ҚАНШАЛЫҚТЫ ЖИІ ҰШЫРАЙСЫЗ?.....	182

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

жаратады. Ал енді біз қандай қоғамда өмір сүріп жатқанымызды біле беруге болады. Тағы бір біздің дәл қазіргі өмірімізде жиі ұшырасатын түс жору мәселесіне тоқталсам. Қазір түс жорып, жол ашып, болашақты болжайтын көрікпелдер, білгіштер көп. Өтірікті шындай, ақсақты тындай етіп, халықты алдап арбаушыларды көргенде ішің ашиды. Түс жоруға қатысты жазған Әл-Фарабидің еңбегін ел арасында кең насихаттасақ, халықтың көзі ашылар еді. Ғалым түс көрудің себебі мен табиғатына талдау жасады және түс жору түстің себебімен бірдей болмайтынын пайымдады. Бұл айтылғандар тек бер жағы, ғалымның сіз бен біз білмейтін әлі талай қыры мен сыры бар. Оны ашатын журналистер деп ойлаймын. Халыққа Әл-Фарабидің еңбектірін кең насихаттап, таратып, түсіндіру басты мақсат. Бір ғана білім жүйесіне ойланбай енгізуге болатын ғалымның «Бірінші білім берме, бірінші тәрбие бер» деген сөзі. Қазір қабылданып жатқан небір реформалардан мың есе артық реформа болар еді. Дана халқымызда жақсының аты өлмейді, ғалымның хаты өлмейді деген тамаша сөз бар. Әл-Фарабидай данышпан ғалымның аты да, хаты да өлмек емес. Заман қанша дамып шарықтау шегіне жетсе де ғалымның есімі адамзат санасында мәңгілік сақталары сөзсіз...

Пайдаланған әдебиеттер:

1. ҚАЗАҚСТАН МҰСЫЛМАНДАРЫ ДІНИ
БАСҚАРМАСЫ Әл-Фараби деген
кім? <http://fatua.kz/kz/post/view?id=244>
2. Әдебиет порталы.
<https://adebiportal.kz/kz/authors/view/3768>
3. Әл-Фараби. Философиялық трактаттар, Алматы, 1973.
4. Әл-Фараби. Әлеуметтік-этикалық трактаттар. Алматы, 1975
5. Қазақ энциклопедиясы. Әл-Фараби. 2 том, 1971.
6. А.Машанов. Әл-Фараби және Абай, Алматы, 1994.
7. А.Көбесов. Әбу Насыр әл-Фараби, Алматы, 2004.
8. <https://aikyn.kz/2018/11/21/73794.html?sait=kk> «Айқын» газеті, «Ұлы даланың жеті қыры» мақаласы

ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК МЕДИА-КОНТЕНТТЕРДІ САЛЫСТЫРУ

ҚАЖДАР Іңкәр Асқарқызы

*Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті, Журналистика және саясаттану факультеті, Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы
Қоғаммен байланыс магистранты*

Аннотация: Отандық медиа-контенттің даму сатыларын зерттеп, оның шетелдік медиа-контентпен салыстыру – мақаланың негізгі міндеті болып табылады. Мақалада медиа-контенттің өзіндік сипаттары сарапталған. Медиа-контент ұғымына анықтама беру, сондай-ақ отандық және шетелдік жоғары оқу орындарының электрондық медиа ресурстарындағы медиа-контенттерін салыстыру сияқты мәселелерге басты назар аударылады. Кез келген материалды графикалық түрде мазмұндай ала алу мүмкіндігі электрондық контенттің ең негізгі артықшылығы болып табылады. Сонымен қатар мақалада шетелдік деңгейдегі отандық медиа-контенттің төмен деңгейде даму мәселелері қарастырылады. Зерттелген жұмыстың негізінде автор ақпараттарды қазақ тілде жариялау арқылы елдің ішіндегі медиа-контентті жасау құрылымын өзгерту нысандарын ұсынады. Ол үшін коммуникация, маркетинг және пиар салаларында жұмыс жасайтын біліктілігі жоғары мамандардың санын арттыру керек. Бұл мақала медиа саласында дамуды өзінің мақсаты етіп санайтын оқырмандарға өз пайдасын тигізеді.

Паблик рилейшнз - мемлекеттік және қоғамдық ұйымдар мен әлеуметтік құрылымдар арасындағы қарым-қатынастар жүйесі; қоғаммен байланыстардың жаңа кәсіпкерлік салласы; қоғам мен ұйымдар арасындағы өзара түсінушілікке қол жеткізуге бағытталған қызмет

Маркетинг - кәсіпорынның немесе фирманың тауар өндіру-өткізу және сауда жасау қызметін ұйымдастыру мен басқару жүйесі.

Жарнама - тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама; белгілі бір адамдар, ұйымдар, әдебиет пен өнер шығармалары туралы хабар таратып, оларды әйгілеу

Қазіргі цифрлік заманда кең етек жайып отырған халықаралық термин «медиа контент» болып есептелінеді. . Өзіміздің отандық медиа контенті мен шетелдік медиа контентін салыстырудың алдында контент ұғымына анықтама беріп кетейік. Мультимедиа, видео, аудио, кестелер және өзге де ақпараттық жүйені қолдану арқылы мәліметтерді маңызды толтыруын біз контент деп атаймыз. Дәлірек айтқанда, мультимедиялық мағлұматтар бар жүйені басқаша медиа контент деп те атайды. Кез-келген сайттың 80-90% контенттен тұрады. Қазіргі таңда іздеу жүйелерінде контенттің уникалды контент және уникалсыз контент деген екі түрлерін ажыратады. Копирайт — бұл толыққанды мақаланы өзің жазу, оны нағыз уникалды контентке жатқызуға болады. Рерайт — бұл копирайттан сәл өзгешелеу, яғни бастапқыдағы мағлұматты түрлендіріп, басқа сөздермен жазу. Копипаст – көшіріп жазу. Қазір біздің қазақ сайттарында пайдаланып жүрген контентіміздің көпшілігі копипастілік материалдар. Тек көшіріп басумен ғана айналысады. Неге? Себебі ешкім контентке ақша салғысы келмейді. Ақша түспеген соң, сайт та, сапалы контент те болмайды, себебі сапалы маман жақсы жалақы сұрайды.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Сапалы медиа контентті құра алу, оны электрондық ресурстарға енгізу үш сатыдан тұрады. Бірінші саты ол — мектеп сатысы. Яғни мектеп баспалдағында үйреніп отырған барлық программалау тілдері, Pascal сияқты программалар әлі де артта келе жатыр. Бұл, негізі, үлкен мәселелердің бірі. Себебі электрондық медиа контент құру үшін заманауи стандарттарға сәйкестендірілген редакциялық программаларды мектеп қабырғасынан бастап меңгерген жөн. Екінші саты ол — университет немесе колледж. Көптеген жастар it-ге шынайы осы сатыда енеді. Себебі мектептің білім беру жүйесінен айырмашылығы — мықты мамандардың бар болуы. Алайда, программалау тілдерін, контент құрушы бағдарламаларды меңгеруге бөгет жасайтын мәселе — қазақ тіліндегі оқулықтардың тапшылығы. Бірақ ол мүлдем басқа сұрақ.

Мен өзім бакалавр оқып жүрген кезімдегі дипломдық жұмыстың аты «Паблик рилейшнз бойынша Америка және Азия елдеріндегі ЖОО білім беру тәжірибесі» еді. Бұл кезеңде мен тікелей шетелдік және отандық электрондық ресурстарымен айналыстым. Менің басты мақсатым ол Америка және Азия елдеріндегі паблик рилейшнз, жарнама, журналистика пәндерін қалай оқытады, оқыту барысында қандай технологияларды, әдістерді қолданады деген сұрақтарға жауап іздеп, өзіміздің отандық білім беру жүйесіне енгізуге түрткі жасау еді. Іздеу жұмысым жарты жылдай уақытты талап етті. Бірақ ізденісім өзін ақтап шыға алды деген ойдамын.

Ізденіс жүргізу барысында мен Америка Құрама Штаттары, Қытай Халық Республикасы, Корея Республикасы, Жапония, Сингапур мемлекеттерінің барлық жоғарғы оқу орындарының тізімін жасадым. Кейін әр университеттің жеке электрондық ресурстарына кіріп, паблик рилейшнз мамандығы бар колледж немесе бағдарламаларды теріп шықтым. Сол университеттердің электрондық ресурстарын терең зерттеп, сайтты жүргізетін пресс-секретармен хат жазыстым. Студенттерден сауалнама, сұхбат алдым. Сол кезде байқағаным, көп университеттердің электрондық ресурстардағы медиа контенттің сапасының жоғары болуы соншалықты, олар пиар бойынша сабақ кестесін енгізіп, лекцияларды жариялап, сабақтың өту барысын видеоға түсіріп, сайтқа жариялады. Ол менің іздеу жұмысымды әлдеқайда жеңілдетті. Бірақ кейбір университеттердің сайттарындағы медиа-контенті өте әлсіз деңгейде еді. Сондықтан басқа да әлеуметтік желілерден материал табуыма тура келетін кездер де болған еді.

Қазір менің магистрлік диссертациямның тақырыбы дипломдық жұмысымның тақырыбына ұқсас, бірақ терең зерттеуді қажет етеді. Тақырыбым «Жарнама, маркетинг және қоғаммен байланыс жөніндегі кәсіби мамандар даярлаудың әлемдік тәжірибесі». Қазір мен бүкіл әлемдегі жоғары оқу орындарының пиар саласында білім беретін бағдарламаларды іздеп, контенттерін зерттеп жатырмын. Сондықтан американың ең үздік Гарвард университетінің және өзіміздің ең үздік Еуразия Ұлттық

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

университетінің жеке сайттарына шолу жасап, контенттерін салыстырғалы отырмын.

Гарвард университетінің жеке электрондық ресурсына кірген беттегі назар аудартатын басты «құрал» - Гарвард мысығы. Рэммиге (мысықтың аты) тышқанның сол жақ батырмасын бассаңыз, мысық сізге кампус бойынша, жатақханалар бойынша экскурсия жүргізе бастайды. Оның Facebook-тағы жеке парақшасының атауы Remy the Humanities Cat. Гарвард университеті жайлы ақпарат алғыңыз келсе, фэйсбуктегі мысықтың парақшасына хат жазуға болады. Зерттеуім бойынша, ол оқырмандарына лезде жауап беріп отырады. Сонымен қоса, Гарвард университетінің жеке сайтындағы жаңалықтарға назар аудардым. Университетте Франкенштейн апталығы жиі өтіп жатады. Апталықтың мақсаты Виктор Франкенштейн сияқты жаңаша идеялар жариялап, ғылыми ізденістерді жасау. Сайттағы жаңалықтар апта сайын емес, тіпті күн сайын емес, сағат сайын жаңарып отырады. Сонымен қоса, Гарвард университетінің абитуриенттеріне немесе оқырмандарына арналған онлайн курстары да бар.

Өзіміздің Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университетінің жеке сайтына кіріп қараған кезде, жинақы, қарапайым контентке назар аударамыз. Журналистика және саясаттану факультетіне шерткен кезде, мағлұматтың қазақ және орыс тілдерінде жазылғанын көре аламыз. Жалпы, еліміздің басқа да жоғарғы оқу орындарының электрондық ресурстарындағы медиа контентімен салыстырғанда, жоғары деңгейде. Алайда отандық білім беру кешендерінің электрондық ресурстарын дамытуға септігін тигізу керек деп ойлаймын. Себебі басқа қаланың тұрғындарына, абитуриенттеріне жеңіл болуы үшін қалаға бармай-ақ сайттан оқуға мүмкіндік беретін мәліметтерді енгізген жөн. Ал бұл жағдайымыз еліміздің ең үздік жоғарғы оқу орнының атағына сай келмейтін ұят нәрсе деп ойлаймын.

Сонымен қоса, елімізде Уикипедия, Google kz сияқты халықаралық «франшизалар» бар болуымен, өзіміздің іздестіру жүйесі құрылмаған. Ақпараттардың көбісі не орыс тілінде, не орыс тілінен аударала салған.

Қазіргі кезде тіпті Қазақстандағы интернеттің шектеуге ұшырауы халықаралық Freedom House («Фридом Хаус») ұйымының 18 сәуірдегі «Интернет еркіндігі 2011. Дүниежүзі елдеріндегі интернет және санды медианы бағалау» атты қорытынды есебінде де сөз болған еді. Қазақстандағы интернет ресурстарына үш түрлі «амалмен» шектеу қойылады немесе цензураға алынады. Біріншісі – «Қазақтелеком» тарапынан болатын техникалық себептер, екіншісі – .kz домендік атауын шектеу, үшіншісі – соңғы кездерде қудалаудан қауіптенген хостингтік компаниялардың өздерінің шектеу қоюы.

Он жылдың ішінде Қазақстандағы интернетті пайдаланушылар саны жылдам өскен. 2000 жылдың сараптама жұмыстары бойынша халықтың 0,7 пайызы интернетті пайдаланса, 2010 жылдың аяғына қарай бұл

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

көрсеткіш жиырма сегіз пайызға артып, төрт жарым миллион адамды құраған. Осы төрт жарым миллион пайдаланушының тоқсан екі пайызы интернетті айына бірнеше мәрте қолданады екен. Интернет пайдаланушылардың тоқсан төрт пайызы – орыс тілді тұрғын, тек төрт жарым пайызы ғана – қазақ тілді. Сонымен қатар интернетті қала тұрғындары еркін қолдана алады. «Интернетті шекараға бөлу оның тиімділігін ғана азайтпайды, тұтынушылардың жеке өмірі мен ой еркіндігіне де әсер етеді» дейді Google. Егер google.kz тек Қазақстанда ғана орналасқан серверлер арқылы ақпарат іздесе, интернетті бөлшектеуге өздерінің де қатысы боларын айтқан. Жалпы Қазақстанның Гугл корпорациясымен бірге жұмыс жасасқаны біз үшін өте үлкен жетістік. Алайда Ресей мемлекетінің Яндекс іздестіру жүйесі сияқты біздің де қазақи тұрғыдағы электрондық жүйені енгізгеніміз жөн.

Бірақ Қазақстан енді ғана постиндустриялық заманға сәйкес жұмыс жасап жатыр, сондықтан әлі де ары қарай дамып, бар күшін салып, отандық медиа контентті дамытамыз деген үміттемін. Қазақстанның медиа контентін дамыту мақсатында осы күні көптеген шаралар ұйымдастырылып жатыр. Мәселен, қыркүйектің 26 жұлдызында Қазмедиа орталығында Astana Media Week медиаапталығы өтті. Көрмеге он бес телевизиялық компания, елуден астам продакш-студия және тағы да басқа медиа-индустрияның ойыншылары қатысты. Көрме барысында қатысушылар өз жобаларын ортаға салып, отандық медиа саланың өзекті мәселелерін талқылады.

Қазақстан Республикасының Ақпарат және коммуникациялар министрі Дәурен Абаев Astana Media Week-2018 медиаапталығында қазіргі Қазақстан қоғамындағы медианың маңыздылығына ерекше тоқталып өтті.

«Сіздердің идеяларыңыз күн сайын ақпараттық ландшафты өзгертіп қана қоймай, сонымен қатар саясаттан бастап қаржыға дейінгі, ауыл шаруашылығынан бастап спортқа дейінгі түрлі салалардағы үдерістерге күш беруде. Осының нәтижесінде өзекті мәселелерді кеңінен талқылау, нақты шешімдерді әзірлеу және әрі қарай жұмыс істеу механизмдері айтарлықтай артып келеді. Дәл осы мақсатты көздеген Astana Media Week апталығы өз алаңында журналистер мен мемлекеттік органдары өкілдерінің ғана емес, сондай-ақ PR-қоғамдастығы мен шетелдік мамандардың да басын қосып отыр», - деді Д.Абаев.

Контент-маркет – ірі телевизия, радиокөпманиялар, продакшн-студия, продюсерлік орталықтар, медиа-ойын-сауық, кино және музыка сияқты өндірістің жеке нарық өкілдері арасындағы диалог үшін тиімді алаң.

Бұдан бөлек, бүгін кәсіби мамандар интернет, телевизиялық және басқа да медиаөнімдердің жобаларын ұсынған кәсіби және ашық питчингтер өтті.

Қорытындылай келе айта кететінім, еліміздің медиа индустриясы күннен күнге дамып келе жатыр. Алайда, медиа-контентті дамыту үшін

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

бұл салаға байданысты іс-шараларды көптеп өткізген жөн. Соның ішінде отандық тіл мәселесіне назар аударып, медиа саласында қызмет жасайтын мамандардың санын арттыру керек. Әрине, шетелдік медиа журналистика, IT саласымен салыстырғанда көп күшті және еңбекті талап ететін біздің жаңа медиамыз әлі де бойын көрсетіп, алғашқылардың біріне енеді деп сенемін.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Scott D.M. The New Rules of Marketing and PR, 2013. – 25с.
2. Шарков Ф. Коммуникология, 2010. – 87 -88сс
3. Holiday R. Trust me, I'm lying: Confessions of a Media Manipulator, 2002. – 15с.
4. Кот Д. Копирайтинг, 2016. – 133с
5. Ильинский С. Энциклопедический словарь PR. Реклама. Маркетинг, 2002. – 67с.
6. Bernays E. Crystallizing Public Opinion, 1923. – 55-57бб
7. Королько В. Основы публик рилейшнз: Учебник/ Королько В. – М.,2009. – 33-34сс.

БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ

М.АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА

*Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ журналистика және саясаттану факультеті
Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының магистранты*

Аннотация. Мақалада білім беру жүйесінің «қоғаммен байланыс» технологияларына жүгіну маңыздылығы қарастырылған. Білім реформасын жүзеге асыруда қоғам тарапынан қарсы пікірлер көп болуы осы байланыстың болмауынан екені түсінікті. Зерттеу барысында білім жүйесін сөз еткен ғылыми басылымдарға зерттеу жүргізілген. Нәтижесінде білім ордаларының бәсекеге қабілеттілігі сол орталық туралы қоғамдық пікірге тікелей байланысты екені ресейлік білім беру жүйесімен паралельдер жүсергізу арқылы баяндалады. Еліміз заман талабына сай білімді ұрпақ тәрбиелеуді қолға алуда. Көптеген реформалар жазылып, орындалу үстінде. Осы ретте қос тараптың арасында даулы мәселелер көп туындап жатыр. PR тұрғысынан қоғамдағы өзекті мәселелерге ата-аналар алаңдаушылық білдіріп отыр. Осы ретте «қоғаммен байланыс» осындай күрделі проблемалады шешідің бірден бір мүмкіндігі.

Білім – аса күрделі де маңызды әлеуметтік құбылыс. Мемлекет сынды алып механизмнің болашағы қоғамның білімділігіне тәуелді. Ал