



Пензенский государственный университет



Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

Имидж России в современном медиапространстве: российско-казахстанский диалог

Материалы Международной научной видеоконференции
(16 апреля 2013)

Пензенский государственный университет
Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

Выполнено в рамках международного проекта «Имидж России в мировом историко-культурном и медиапространстве»

Ответственный редактор и составитель: кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики ПГУ Е.К. Рева

Имидж России с современным медиапространстве: российско-казахстанский диалог [Текст]: материалы Международной научной видеоконференции: Пенза, ПГУ, 16 апреля 2013 г. / отв. ред. и сост. Е.К. Рева. – Пенза: ПГУ, 2013. – 162с.

© Коллектив авторов, 2013

© Составитель Рева Е.К., 2013

© Пензенский государственный университет, 2013

НОВАТОРСКИЙ ОБЛИК КАЗАХСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ

Казахская литература с давних пор, во всех этапах своего развития, оказывает особое влияние на процветание благородного слова и имеется достаточно творческих и редких личностей, по именам которых можно узнать целую эпоху, являвшихся опорой всей разветвленной литературы своего времени. Самые высокие вершины оригинальной литературы, как Асан Кайгы и Бухар, Дулат и Махамбет, Абай, Шакарим, Магжан, Сакен, Ильяс, Беимбет, Мухтар – подобны символам величия искусства слова.

Из вышеуказанных титанов литературы, М. Ауезов до шестидесятых годов XX века, своим неустанным трудом, открыл проторенную дорогу последующему поколению. Если спросить, чье творчество является ярким измерением высоты и широты казахского искусства слова новой волны второй половины прошлого века, очень близкий к нам по времени и духу, можно самым первым назвать художника, олицетворяющего предыдущую волну, это многогранный избранный талант, в котором можно найти все человеечно-гражданские, творческо-деятельные качества – Абиш Кекильбаев!

Молодой талант сделал свой первый шаг в литературном творчестве и начал с «властелина слова» – стихотворения, который ему принес известность, это сборник стихов «Алтын шуак» (1962 г.), полные романтического лиризма, то последнее его творение в искусстве стихосложения, сборник «Дүние ғапыл» – полны философских мыслей и познания, через свои вдумчивые стихи, преисполненные гениальности превратился в «поэта и ума, и поэта».

За все время, он внес неизмеримую долю в развитие казахской литературы второй половины XX века в качестве поэта, писателя, драматурга, переводчика, критика, исследователя литературы.

В каком бы жанре ни было, в первую очередь, творчество Абиша Кекильбаева, привлекает своей, доселе невиданной, новизной. Если мы говорим, что «главная задача искусства – человек и нужно раскрыть истину жизни человека», то писатель, в своих рассказах в малом жанре, как «Трава черепахи», «Вот это прекрасно», «Последняя остановка», «Нужный человек», «Голодный волк» и др. задумывается о человеке, широко развертывая мысли о человеке, показывая в сравнении света и тени времени, сумел показать высоту духовного роста, благородства человеческих, гражданских качеств персонажей в тяжелые времена.

Протест к жестким правилам, сформированным в обществе, где сам писатель живет, показывает не внешние проявления потрясения в сознании «маленького» человека, похожего на винтик того общества, а через внутренние переживания.

А. Кекильбаев – настоящий мастер реального повествовательного жанра. Его особенность, как писателя, в том, что в его творческой натуре нет такой меры, как малый жанр. В позиции писателя есть настоящий художественный вкус, вмещающие много мыслей в малые объемы, понимающего, что «краткость – сестра таланта».

А. Кекильбаева, как писателя, выделяет узорчатый и образный художественный язык. Он большой мастак в превращении любой вещи в одушевленную картину, в образной подаче своих идей.

Он находит способы точно подать идею и картину, искусно сочетать волшебные слова национального языка и тысячи водоворотов фразеологизмов литературного языка. У языка художника мощный поэтический потенциал. Как понимал соглашение Абай: «Как воды горного ручья, журчат сплошные соглашения», мчась вплотную к друг-другу, через

люющиеся предложения писателя находят красивое сочетание, находя путь к сердцу, прочно оседая в мыслях, обуревая тело, заставляет гнать сильнее горячую кровь в жилах и будоражит сознание.

В сплетенной из красивых слов, сверкающими златом предложениях, производятся глубокие мысли, подобные выжимке сердца, вытаскивая на свет смутные вопросы, лежащие в дебрях души читателя. В ритме волн каждого словосочетания есть гармония, внутренне спаянные друг с другом.

Если душа художественной литературы – художественный образ, то настоящим признаком мастерства писателя, является широкое использование различных способов создания художественного образа, точное распознавание самых эффективных приемов. Секрет формирования художественного образа, тесно связана в раскрытием внутреннего мира, то есть, истины внутреннего мира человека. В целом, Абиш Кекильбаев – художник, мастерски освоивший художественные приемы глубокого познания человеческого естества. Персонажи писателя хоть и являются простыми людьми, у них есть свойственные только им жизнь и существование, судьба и характеры, раскрывающие смысл перемен человеческой души. Именно поэтому, писатель погружается в глубины водоворотов внутреннего мира, дает оценку, характеризуя различные личные чувства и состояния действий персонажа. Таким образом, внутренние волнения, переживания души, чувства сердца персонажа, которого преследуют превратности судьбы, для художественной реальности своего художественного решения, созданное величием прозы, развивающиеся через обдуманые мысли.

В произведениях А. Кекильбаева, есть незримое единство прошлого и настоящего. Делясь тайнами прошлых дней, он поднимает актуальные проблемы нынешнего дня. В повестях писателя «Бәсеке», «Ханша – Дария хикаясы», «Шыңырау», «Күй» и др. находят точные картины образа жизни казахского народа, их высокие мечты подвергаются философскому анализу и

психологическому обсуждению, даны разносторонние и глубокие описания. Каждый сборник, в которые вошли указанные произведения А. Кекильбаева, это – цельные творения, раскрывающие лик одной эпохи. Одним из них является повесть «Шыңырау», о котором, в свое время, особо выдающийся казахский критик Сагат Ашимбаев, глубоко размышлял о внутренней сути произведения: «Главный персонаж «Шыңырау»... не просто копатель колодцев, в действительности, это затоптанная бестолковой и болтливой средой душа любителя искусства, оставшийся незамеченным и перед глазами возникает судьба, превратившаяся в насмешку у бездушных и живучих людей [1, 420-421]. Действительно, это так. Автор сумел показать в естестве обычного человека великую силу искусства.

Одной из граней любознательности писателя проявляется в том, что он древние предания и легенды воспроизводит сквозь призму сегодняшнего дня и поднимает проблемы человечности, гражданской позиции. Исходя из этого, предания и легенды в произведениях автора, находят свое применение в новом свете.

В указанной повести «Күй», Жонейт весь охваченный жестокостью и тиранией, ненавистью, сжигающий его душу, проигрывает величию силы искусства музыки. В «Ханша дария хикаясы» не остается безответным действия Чингиз кагана, полные злодеяний. Свирепству Чингиза и жестокости Жонейта писатель противопоставляет сильный дух человека. В своих произведениях развивает свойственный им философский смысл, психологическую глубину. Писатель показывает результат противоборства «темного» и «светлого», где завершается художественным решением – победой справедливости. Предания и легенды, рожденные мечтами народа, заново перерабатывается в «домне» познания писателя и реалии жизни превращаются художественную реальность.

В повести «Күй» впервые используется понятие «манкурт», являющийся символом трагически затруднительного положения души, потерявшей

память, впоследствии превратившийся в литературный стиль, поднявшийся на мировой уровень, является неопровержимым доказательством оного. Да, известно, что в одно время, принял широкий размах безуспешные разговоры о том, кто внес понятие «манкурт» в литературный оборот. Ответ на это дал сам писатель, у которого гражданская позиция достойна его совести: «Если я говорю, что безграничная месть приводит неограниченной жестокости, а неограниченная жестокость провоцирует духовный манкуртизм, то Чингиз Айтматов дает детальное определение, что манкуртизм упирается снова в неограниченную жестокость». Больше этого, разве можно разьяснить суть художественных поисков в искусстве слова?! Ведь, «идейный пафос произведения – борьба за миролюбивость и человечность. Автор смог решить величием искусства кюя» [2, 737].

Литература – духовный мир с безграничными возможностями. А. Кекильбаев полностью реализовал все возможности в разностороннем формировании образа персонажа, различные глубинные явления человеческой души, широко использовал художественные приемы, художественно-изобразительные инструменты с мастерством художника.

Лейтмотивом произведений писателя является глубокий философский смысл и степенное общественное бытие. Поднимаются волнующие темы вокруг сложных проблем, как национальное сознание, национальное бытие, присущий человечеству гуманизм, формирование общественного сознания и т.п. Стих-драма «Абылай хан» А. Кекильбаева, развивается на основе национальной духовной позиции, идеи свободы и воли, взаимоотношения между обществом и человеком, борьбы за место человека в обществе и процессов исторических событий в казахской степи на стыке XVIII-XIX веков.

Роман писателя «Аңыздың ақыры» – пионер настоящего психологического романа в казахской литературе. До этого не было ни одного романа, который бы передавал через переплетение мыслей, душевных

переживаний, чувства, поведение одного человека. Это произведение считается фундаментальным достижением казахской литературы в этой отрасли. В своем романе автор по-новому осваивает историческую тему и показал величие фантазии писателя соединившийся с художественностью. В раскрытии многогранного образа главного персонажа, он смог углубиться в различные психологические явления в его внутреннем мире, через философско-аналитический разбор. Наряду с этим, он создал художественное творение, направленные требования к познанию через психологическое состояние, внутренний монолог, состояние чувств между правителем, младшей женой хана и мастером. Версия романа, переведенная на немецкий язык, пережила два издания. Можно сказать, что это проявление уважения казахскому народу немецкого народа, почитающего И. Гете, Г. Гейне, Ф. Шиллера.

В масштабных и объемных романах Абиша Кекильбаева «Үркер», «Елең-алаң» – глубоко исследовал природу сложных событий, относящихся к казахской истории XVIII века, историческая правда посредством фантазии, художественного поиска писателя, находили своеобразные художественные решения.

В этих романах писатель с чисто реалистической правдивостью и романтическим вдохновением описывает освободительную борьбу против джунгарского захватничества. Образ организатора освободительной борьбы, уникального полководца, исторической личности – Абулхаир хана, проявившего выдающийся героизм в битве на Аныракае и его последующие расудительные действия, выполненные на пути единения с Россией, через осознание причин и следствии трудного для понимания предложения направления для сохранения своей страны. Не ущемляя историческую правду, из единства исторического факта с писательской фантазией, в сложном произведении – мастерски раскрывается крепкая художественная реальность.

В обоих романах есть правда о национальных интересах. Своеобразные мировоззрения двух персонажей – Абулхаира и Тевкелева, имеющих надежды на будущие времена, передаются внутренними переживаниями. Реальность казахского общества того времени анализируются через течение мыслей этих персонажей. Они подкрепляются с авторской позиции. В этой тройке произведений выясняется вся сущность реалистической правды. Исходя из этого, складывается цельная художественная система.

Писатель мастерски изображает положение казахского народа, которого судьба поставила в затруднительное положение и другие ключевые проблемы, требовавшие ответы «или – да, или – нет» посредством исторического познания и художественного рисунка. Через глубину рассуждений о реалиях эпохи, обобщается социально-философская мысль и подводится полноценное заключение на спорные исторические вопросы.

В своих исторических романах А. Кекильбаев разносторонне описывая жизнь в преддверии различных изменений в обществе прошлой эпохи, реалии того времени показывает через художественное величие искусства слова и открывает путь широким понятиям об обществе, человеке того времени. Здесь имеет место не только описание, но и передается роскошное сочетание традиционной культуры казахского народа и эстетическая красота национальной духовности. Здесь, с точки зрения художественного сознания, досконально выясняется история. Художественное изображение борьбы на пути к свободе в истории, явилась основной опорой позиции, которой придерживается А. Кекильбаев.

В целом, в произведениях Абиша Кекильбаева главным качеством, раскрывающим глубину содержания, является особо успешное психологические описания внутреннего мира отдельного персонажа. Автор ставит выше главные идеалы позиции человечества в борьбе между добротой и деспотизмом, ищет ответы на извечные вопросы о существовании и жизни человека. Он пытается решить их через художественное понимание. Главная

позиция – это победа доброты над деспотизмом. Влияние доброты, человечности, справедливости, гуманности всегда важны и святы!

Библиографический список:

1. Әшімбаев С. Шындыққа сүйіспеншілік. Алматы: Жазушы, 1993. – 497б.
2. Қазақ әдебиетінің тарихы. Он томдық. 9-том. Алматы: ҚАЗАқпарат., 2005. – 998 б.

Аргынбаева М. Х.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

ОПЫТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

На факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби действовала Школа журналистики в рамках договора со средней общеобразовательной школой №24 города Алматы. Актуальный в современную эпоху опыт Школы журналистики факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби показал, что медиаобразование является необходимым элементом взаимодействия гражданина и общества, а также плацдармом подготовленности подрастающего поколения к пользованию информационными ресурсами, к адекватной оценке и переработке медийного содержания, особенно в связи с развитием интерактивных массовых коммуникаций.

В расписание учащихся 10-11 классов были введены следующие предметы, прежде всего направленные на овладение информационной грамотности: «Телевидение и радиовещание», «Газетная журналистика», «Язык и стиль массовых коммуникаций». Аттестация проводилась каждую четверть, и оценки были занесены в школьный табель успеваемости учеников. Из шестидневной учебной недели один день был отведен для

уроков по медиаобразованию. Занятия проводили преподаватели факультета журналистики на базе факультета и телерадиокомплекса КазНУ. Методика преподавания в частности предмета «Телевидение и радиовещание» включала в себя следующие формы преподавания и отчета – лекцию (обязательное конспектирование лекционного материала), практическое занятие – на базе телерадиокомплекса (видеосъемка, запись звука на диктофон, озвучивание в тон-студии, видео- и аудиомонтаж, компьютерная графика), письменные задания в виде эссе, контрольная работа в виде аудио- и видеоролика. А также следующую форму общения преподавателя со школьниками – дискуссию на заданную тему: «Каким быть телевидению в новое время». Высокий градус дискуссии (проведенной в конце пройденного курса) показал, что далеко не все, что предлагают СМИ, положительно влияет на подрастающее поколение. Овладевшие азами медиаграмотности школьники смогли не только отличать поток деструктивной информации от полезной, но и предлагать инновационные пути и методы массовой коммуникации. И, как акт медиаторчества, школьники представили собственные аудио- и видеоролики, в частности, социальные ролики против курения, за хорошую учебу и пр., видеоклип на песню собственного сочинения и пр.

В западных странах идея медиаобразования была сформирована еще в 60-е годы XX века, когда медиаобразование было призвано помочь школьникам и студентам лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать медиатексты и т.д. Так, в канадской провинции Онтарио с 1987 года медиаобразование стало обязательным компонентом обучения в 5000 средних школах с 7 по 12 классы. Несколько позже медиаобразование было внедрено в школьное обучение всех провинций Канады. В Австралии медиаобразование имеет аналогичный статус с 1990 года (также с 1 по 12 классы средней школы). Медиаобразование интегрировано в уроки родного

языка в современных школах Великобритании. Как видим, медиаобразование начинается достаточно рано и продолжается все школьные годы в качестве обязательного для изучения предмета.

В 90-е годы XX века изменившийся формат (цифровой) СМИ дал новый толчок развитию медиаобразования. Так, на 29-й Генеральной конференции ЮНЕСКО была провозглашена необходимость обеспечения поддержки медиаобразования и создания медиaprостранства для молодежи с помощью различных методик и видов деятельности. В основе этой деятельности – совокупность мероприятий и документов ЮНЕСКО и стран-членов, в частности, «Грюнвальдская декларация медиаобразования» (1982 г.) и Тулузский диалог «Новые направления медиаобразования» (1990 г.). В результате в 1998 году Австрийской национальной комиссией по делам ЮНЕСКО и Австрийским федеральным министерством образования и культуры совместно с ЮНЕСКО была организована международная конференция «Обучение медиа в цифровой эпохе» (Вена, 18-20 апреля 1999 г.). На конференции были приняты рекомендации по медиаобразованию, в частности, даны качественные характеристики медиаобразования: «Медиаобразование имеет дело со всеми средствами массовой информации и коммуникации и включает в себя печатный мир и графику, аудио, фотографию и видеоизображение, доставленные потребителю с помощью любых технологий; расширяет возможности человека в понимании общественных СМИ и характера их воздействия, а также в получении навыков использования этих медиа для коммуникации с другими людьми; обеспечивает обучение людей следующим навыкам: анализу, критическому осмыслению и созданию медиатекстов; определению источников медиатекстов, их политических, социальных, коммерческих и/или культурных интересов и их контекста и т.д.»

Библиографический список:

1. Медиаобразование в цифровую эпоху (1999). Рекомендации Венской конференции. ЮНЕСКО, 1999. - <http://www.unesco.ru/rus/pages/bythemes/stasya27012005103359.php>

2. Федоров А.В., Левицкая А.А., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., В.Л. Колесниченко, Михалева Г.В., Сердюков Р.В. Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиакомпетентность». М.: МОО «Информация для всех», 2012. 614 с. - <http://www.ifap.ru/library/book510.pdf>

3. Журин А.А. Интеграция медиаобразования с курсом химии средней общеобразовательной школы // Медиаобразование. 2005. № 1. С. 32. - http://www.eartist.narod.ru/text23/0026.htm#_ftn2

Арехина Д. В.

Пензенский государственный университет

ОСВЕЩЕНИЕ РОССИЙСКО-КАЗАХСТАНСКИХ ОТНОШЕНИЙ В «РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЕ»: К ВОПРОСУ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ

Вступление России в XXI век совпало с началом нового этапа в развитии российской политической жизни. Так, в мае 2000 года Владимир Путин вступил в должность Президента Российской Федерации. Суть внешней политики России в концентрированном виде изложена им в Послании Федеральному Собранию Российской Федерации в апреле 2002 года. Большое внимание Владимир Путин уделяет сотрудничеству со странами Содружества независимых государств. «Мы строим со всеми государствами мира – хочу это подчеркнуть – со всеми государствами мира – конструктивные нормальные отношения... Российская внешняя политика и в дальнейшем будет строиться сугубо прагматично, исходя из наших возможностей и интересов – военно-стратегических, экономических, политических. А также с учетом интересов наших партнеров, прежде всего по СНГ... Содружество независимых

государств – это реальный фактор стабильности на обширной территории мира, влиятельное объединение государств с широким кругом задач и интересов». [1]

Таким образом, поставлена задача строить практические отношения с каждым из участников содружества с учетом встречной открытости для сотрудничества, готовности должным образом учитывать интересы Российской Федерации. В данном исследовании мы поставили цель рассмотреть отношения между Российской Федерацией и Республикой Казахстан, поскольку они «носят стратегический характер, отличаются интенсивностью и солидной договорно-правовой базой». [2, 76]

Объект исследования – материалы соответствующей тематики в периодическом издании «Российская газета», поскольку данная газета является общественно-политическим изданием, учрежденным Правительством Российской Федерации и официально публикующим законодательные акты Российской Федерации. Рассматриваемый период – с мая 2000 года до настоящего времени.

Что касается тематики рассматриваемых публикаций, то они дифференцированы в соответствии с направлениями сотрудничества России и Казахстана.

Экономическое сотрудничество России и Казахстана имеет прочную многолетнюю основу. Исходя из содержания материалов «Российской газеты» возможно проследить историю интеграции двух государств. Так, в статье 2003 года «Новая экономическая империя» последовательно отражено создание экономических организаций, в составе которых находятся Россия, Казахстан и другие страны-члены СНГ. По инициативе Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева был создан Таможенный союз. «Таможенный союз – по определению интеграционный проект. Реализуясь в рамках СНГ, он менял смысл этой структуры, создавая основу его дальнейшей эволюции в ином направлении» [3].

Дальнейшая ступень интеграции – создание Евразийского экономического сообщества. В публикациях «Российской газеты» деятельность ЕврАзЭС занимает важное место, в частности речь идет о перспективах развития Сообщества и расширения списка стран-участниц. В 2003 году Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев в ходе интервью «Российской газете» говорит, что «у нас часто получается, что сначала создают некое политическое строение, а уже потом пытаются под него подвести экономику. Из этого ничего не выходит. Первым делом давайте говорить об экономической целесообразности. Если каким-то государствам объединение выгодно, оно состоится, если невыгодно – его не будет, как туда ни затаскивай. ЕврАзЭС может когда-нибудь из сообщества превратиться в союз, но для этого надо прежде всего сделать его экономически эффективным, как это было с Евросоюзом. Если нам удастся по-настоящему двинуть вперед ЕврАзЭС, желающих вступить в него будет предостаточно, и, может, не только среди стран СНГ» [4].

Данное сотрудничество осуществляется в рамках формирования Единого экономического пространства – интеграционного объединения государств Таможенного союза – Белоруссии, Казахстана, России.

Соглашения ЕЭП полностью вступили в силу в июле 2012 года, однако проблема формирования данного экономического института обсуждалась на протяжении многих лет. Соответственно, «Российская газета» отслеживала изменения в данном направлении.

В частности, в материале от 2004 года обсуждались документальные основы создания ЕЭП. «Уже к 15 декабря экспертам группы высокого уровня предстоит представить тексты 29 проектов. А к 1 июля 2005 года, считают президенты, эти документы должны вступить в силу. Тем самым будут соблюдены все юридические формальности для создания зоны свободной торговли. «Затем, к концу 2005 года, – добавил Путин, – запланировано согласование еще четырех-пяти соглашений, что позволит перейти к более

высокой степени интеграции». Если все задуманное четырьмя президентами-прагматиками станет реальностью, то через 10-12 лет страны ЕЭП смогут говорить уже не только о едином экономическом пространстве, но и о единой финансовой системе – таков прогноз президента Казахстана Нурсултана Назарбаева» [5].

Таким образом, прогнозы относительно ЕЭП, рассмотренные на страницах «Российской газеты», полностью оправдались.

Основная область сотрудничества двух стран в технической сфере – использование космодрома Байконур. В 2005 году праздновался юбилей Байконура, и в связи с этим информационным поводом «Российская газета» опубликовала краткий отчет о деятельности Байконура. Считаем, необходимо обратить внимание на следующее замечание: «За 50 лет расчетами космодрома произведено более 1200 пусков ракет-носителей, около 1200 межконтинентальных баллистических ракет и 1400 космических аппаратов. Так что сумма в 115 миллионов долларов в год (во столько обходится аренда самого большого космодрома в мире) уже не кажется космической» [6]. Соответственно, можем наблюдать, что дано соотношение «цена-качество», то есть позиция по отношению к проблеме эксплуатации Байконура достаточно ясна: данное сотрудничество отвечает интересам обеих сторон и построено на взаимном доверии. Также данный тезис можно подтвердить следующей выдержкой из статьи 2004 года: «Вообще, в космической сфере у России и Казахстана, судя по всему, полное взаимопонимание» [7].

Россия и Казахстан как страны, объединенные советским прошлым и постсоветским настоящим, имеют обширные культурные связи. В рамках программы культурного сотрудничества 2003 и 2004 годы стали Годом Казахстана в России и России в Казахстане соответственно. Данные мероприятия, разумеется, нашли отражение в «Российской газете». Допустим, как охарактеризованы итоги Года Казахстана в России: «Двум

государствам удалось счастливо избежать декларативности и излишнего официоза, который изначально присутствует в мероприятиях подобного рода. И самый, пожалуй, примечательный результат прошедшего года – не гастроли артистов и праздники, а деловой настрой на будничные дела, в частности, взаимовыгодную торговлю» [8]. Отметим, что основное внимание тем не менее уделено не искусству, но экономике. Ситуация относительно Года России в Казахстане несколько иная: «В Астане Путин и Назарбаев открыли Год России в Казахстане. Подготовлена обширная культурная программа. За год в 14 казахских городах выступят Мариинка и «Сатирикон», оркестры Спивакова и Дмитриева. При других обстоятельствах ни одна из казахских фирм не смогла бы организовать гастроли таких «дорогих» российских звезд. А тут Министерство культуры России выделяет приблизительно 40 миллионов рублей. Да к тому же стороны договорились не «задирать» цены на билеты. Не стоит забывать, что в Казахстане проживает почти пять миллионов русских, и вся их культурная жизнь в последние годы сводится исключительно к просмотру российских телеканалов» [9].

Таким образом, сотрудничество двух государств структурировано и последовательно отражено в материалах «Российской газеты». Необходимо обозначить, что для абсолютного большинства статей характерно освещение российско-казахстанских отношений в свете того, что все возникающие вопросы между государствами решаются переговорным путем, через консенсус. Формат, содержание и глубина двусторонних отношений Казахстана и России сегодня являются эталоном интеграции на всем постсоветском пространстве.

Библиографический список:

1. Послание Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию Российской Федерации 18 апреля 2002 года.

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://2002.kremlin.ru/events/510.html> (дата обращения: 2.04.2013).

2. В.И. Короткевич. История современной России. 1991-2003: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004.

3. Александр Дугин. Новая экономическая империя// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2003/11/04/Novaya.html> (дата обращения: 21.03.2013)

4. Виталий Дымарский. Нурсултан Назарбаев: Я держался до «последнего патрона»// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2003/02/21/nasarbaev.html> (дата обращения: 21.03.2013)

5. Владислав Воробьев. Единое космическое пространство// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2004/09/16/astana.html> (дата обращения: 24. 03.2013)

6. Ольга Тропкина. Путин и Назарбаев обсудили «космические» проблемы// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2005/06/02/kosmodrom-anons.html> (дата обращения: 26. 03.2013)

7. Елена Лашкина. Границу поделят// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2004/10/09/granitsa.html> (дата обращения: 26. 03.2013)

8. Юрий Кириница. Год с казахстанским акцентом// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2003/12/23/kazahstan.html> (дата обращения: 24. 03.2013)

9. Владислав Воробьев. Самрук вновь снесла золотые яйца// «Российская газета» [сайт]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2004/01/13/a13145.html> (дата обращения: 25. 03.2013)

Асембаева Б. О.

ИЗ ИСТОРИИ КАЗАХСКИХ РУКОПИСНЫХ КНИГ

Огромное значение в развитии культурной жизни народов Средней Азии и Казахстана в прошлом имели древние и средневековые рукописные книги. Профессор М.К. Барманкулов в книге «Тюркская вселенная» уместно критикует авторов московского издания «Лингвистический словарь» 1990 г. выпуска, за незнание истории казахских книг. По данным, приведенные в словаре, говорится что самые древние книги на казахском языке на основе арабской графики стали издаваться в XIX веке. А книги у казахов появились намного раньше. Об этом свидетельствуют исторические факты.

Из казахских книг тюркского происхождения сохранились только надписи на камнях. Многие рукописи, составляющие культурное наследие нашего народа, были сожжены, порваны и уничтожены. В VIII веке вместе с городом Отраром, была сожжена огромная библиотека. Монгольское нашествие уничтожило многие культурные страны Азии.

Говоря об истории казахского книгоиздания, мы вспоминаем о священных наследиях, оставленных нашими предками... Они классифицируются на до исламский и после исламский периоды. Это связано с периодом покорения арабскими завоевателями Среднюю Азию. Рукописи сохранившиеся после погромщиков фанатизма и после этого всячески подвергались уничтожению, об этом не раз писали ученые Востока. Из сохранившихся памятников древнетюркской письменности самым ценным является Орхоно-Енисейский памятник, относящиеся к V-VII векам. Этот памятник – надписи на камне – говорят о древнейшей истории нашего народа.

Древнее тюркское письмо распространившееся в Центральной Азии, в Сибири и в Монголии считается первым алфавитом тюрков. Он состоит из 35 букв. История возникновения тюркского письма еще не раскрыта. Есть только предположения. Ученый Дании В. Томсен (1842-1927) высказал

гипотезу, что рунический алфавит родствен с арамейским алфавитом. Что же это за руны и как выглядит древнетюркский алфавит? Он записывался горизонтально слева направо, хотя есть образцы, где строки, шли и справа налево. Состоит из знаков, не соединяющихся между собой и строгих геометрических очертаний. Считают, что этот алфавит достаточно точно передает фонетические особенности тюркского языка.

На древнетюркском «руническом» алфавите найдены тексты, которые фиксируются VII-IX-X веками. На Алтае руника дожила X-XI веков. Это шестьсот лет, шесть столетий, более полутысячи лет. Памятники древнетюркской письменности представлены развернутыми текстами, иногда целыми прокламациями на стелах, золотых и серебряных сосудах, на монетах, на бронзовых зеркалах, на стенах храмов, на бумаге, на керамике, на коже, на кирпичках.

Изложенная на тюркском «Нирванасутра» согдийская история тюрков в Бугутской стеле, Орхоно-Енисейские тексты, Ырк битиг, записаны руническим алфавитом. Это V-X века письменной тюркской традиции.

Письмо, отправленное Маодунь –Шаньюем в 176г. до н.э. одному из многочисленных императоров, сообщает о разрыве ираноязычных юэчжи и покорении других государств на Западе. Вот фрагмент этого древнейшего письменного послания на тюркском языке тюркоязычного народа хунн, когда еще и названия тюрк не было. Тюркский алфавит в 176 г. до н.э. уже использовали в межгосударственных отношениях. Хуннов относят к народу преимущественно тюркоязычному, сянби по одной из версий были в целом тюркоязычными.

Но как так, то одно из первых письменных упоминаний о тюркоязычных ху в алфавитной графике можно отнести к 311 году.

Согдийские старые письма впервые воспроизвели имя центрально-азиатских хуннов. И записали их не иероглифическим, алфавитным письмом.

Получается, что слово тюрк впервые алфавитным письмом приведено в 582 году в Бугутской стеле на согдийском языке.

Тюрки с V века пользовались собственным письмом. И не только в Туркестане, но и на Волге, на Кавказе, у Дуная. Об этом свидетельствуют вот эти слова в сборнике «Восточный Туркестан. Этнос, языки, религии» (М. 1912): «В VI-VII веках тюркоязычные племена Центральной и Средней Азии, подчинившиеся тюркским каганатам, а также тюркские племена Нижнего Поволжья и Северного Кавказа, создавшие Хазарский каганат уже пользовались собственными письмом» [1, 327].

Самой древней тюркской книгой было буддийское сочинение «Нирванасутра», переведенное на тюркский в 583 году. Инициатором перевода был Таспар каган, второй правитель Первого Восточно-тюркского каганата. Изложенная на тюркском «Нирванасутра» - согдийская история тюрков в Бугутской стеле, согдийско-уйгурский алфавит, который переняли у тюрков сначала монголы, а затем манчжуры, Орхоно – Енисейские тексты и «Ырк битиг», записанные руническим алфавитом. Это - V-X века письменной тюркской традиции.

Самой важной находкой восточно-туркестанской экспедиции А.Стейна в 1906-1908 годах в Пищерной библиотеке близ Диньхуана считают книжку их 29 согнутых листов размером 13,2x8 см. Текст ее состоит из 104 строк. В них 65 небольших притч. Заглавия книга не имеет, но непосредственно перед колофоном – припиской, исполненной красными чернилами, стоят слова: «Эта книга знамений хороша!» Поэтому книга – памятник древнетюркской письменности стала известна под названием «Ырк битиг» - «Книга знамений». Хранится древняя тюркская книга в собрании Британского музея. В своей книге «Тюркская вселенная» профессор М.К. Барманкулов уделяет особое внимание к значению слова «битиг». Слово «битиг» пишет автор книги являлось в древнегреческом настолько распространенным, что от него образовали массу других слов: бити – писать, битиг таш – каменная стена с

надписью и т.д. И в тюркской книге «Кодекс куманикус», написанной на основе латинского алфавита, слово книга звучит не как арабское китаб, а как тюркское «битиг».

Слово «битиг» также встречается и в других тюркских книгах. На арабском алфавите были изданы ряд произведений. Среди таких рукописей первым можно назвать «Кутадгу билиг» - труд Юсуфа Баласугуни, написанный в XI веке. На арабском языке, арабским алфавитом и на кашгарском языке уйгурским алфавитом. Большинство средневековых рукописей создано на арабском и персидском языках. Исключение составляют труды Махмуда Кашгари, Кадыргали Хошум Жалаира, Абулгази и других, написанные на различных тюркских языках. Многие рукописи были открыты и опубликованы европейскими учеными, как, например, сочинение Абулгази «Шеджере тюрк», трехтомный словарь М.Кашгари и др.

Ряд ценнейших рукописей был прочитан выдающимся казахским ученым Ч.Ч.Валихановым, русскими и советскими учеными В.В.Радловым, И.Н.Березиным, С.Е.Маловым, Н.Н.Кононовым и др.

К числу наиболее известных памятников относятся: Огуз-наме (эпос об Огузхане), рассказы и легенды о Коркут ате, поэма Алпамыс, эпос Манас, сказание о Коруглы-султане, а также книга «Кодекс Куманикус» и другие замечательные образцы тюркской литературы, созданные предками народов Средней Азии и Казахстана. Тогда же они выдвинули плеяду всемирно известных ученых, труды которых оказали огромное влияние на развитие не только среднеазиатской культуры, но и культуры Ирана, арабского Востока, а также Западной Европы. Среди них можно назвать имена таких исторических личностей, как выдающийся математик Мухамед аль-Хорезми (IX век), величайший ученый Абу-Наср аль-Фараби (XI век), известнейший астроном, математик, минеролог – Абу Райхан аль-Бируни (X век),

гениальный медик Абу-Али ибн Сина (X век) патриарх тюркологии Махмуд Кашгари (XI век) ученый историк, поэт Юсуф Баласагуни (XI век) и др.

В VI-VII веках тюркоязычные племена Центральной и Средней Азии, подчинявшиеся тюркским каганатам, а также тюркские племена Нижнего Поволжья, Подонья и Северного Кавказа, создавшие Хазарский каганат, уже пользовались собственным письмом. Стела надписью была водружена при поминальном храме Таспар каганата (572-581) – Бугутская стела сооружена примерно через 15 лет после посольства Маниаха. Надпись по 3 сторонам стелы сделана на согдийском языке.

Согдийский текст рассказывает о первых 30-ти лет существования Тюркского каганата.

Классификация памятников по региональному признаку:

1. Памятники Монголии – (Орхон, Тоны, Селенги (VII-VIII вв.) или орхонские памятники.
2. Памятники Долины Енисея (2 вида: тувинские и минусинские)
3. Ленско-прибайкальская группа памятников (VIII-X вв.)
4. Алтайские памятники.
5. Памятники Восточного Туркестана.
6. Среднеазиатская группа.
7. Памятники Восточной Европы.

К размножению рукописей привлекались сотни переписчиков. В одном из найденных документов зафиксировано распределению писчего материала между переписчиками и организация самого процесса переписки. Переписчик нес за полученную бумагу ответственность своим имуществом. За присвоение бумаги писцы наказывались кнутом. С другой стороны, лица, виновные в задержке снабжения переписчиков бумагой и писчими принадлежностями, карались тюремным заключением.

Обязателен был штат редакторов, в функции которых входила вычитка рукописей и внесение в них поправок. Документы свидетельствуют о

наличии редакторов и сверщиков «трех уровней». Они просчитывали текст друг за другом и вносили поправки в соответствии со своей специализацией. В 214 свитах из Дуньхуана, хранящихся в Российской академии наук, зарегистрировано 90 имен переписчиков и более 60 имен редакторов. В каждом свитке – по три имени редакторов.

Имена заказчиков переписки книг указывались в колофонах. Заказчики именовались донаторами – данапати. Колофоны свидетельствуют, что большинство донаторов были автохтонами-коренными жителями Восточного Туркестана.

Библиографический список:

1. «Восточный Туркестан. Этнос, языки, религии», М. 1912.
2. М.К. Барманкулов. Тюркская вселенная. Алматы, «Білім», 1996 г.
3. Жиренчин А.М. Из истории казахской книги.-Алма-Ата:Казахстан.-1987.-144 с.

Ахметова Л. С.

Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби

ИМИДЖ РОССИИ В КАЗАХСТАНЕ: ВЗГЛЯД УЧЕНОГО

Анализ 120 материалов казахстанских медиа

за период с 2012 по 2013 гг.

Образ и имидж России в русскоязычной прессе Казахстана показан в виде великой страны с большой историей. Россия - влиятельная и уважаемая всеми страна, с большим количеством населения. О России часто говорят, что она в 10 раз больше по населению, чем Казахстан.

Почти три века нашей совместной жизни рассматриваются по-разному. Прошлые века постоянно называют колонизацией. И, если раньше такой термин звучал в научных статьях, то сегодня мы видим внедрение этого стандарта в публицистические материалы.

Неоднозначна терминология XX века, связанная в большинстве своем с советским периодом.

В казахоязычной прессе и науке период Алаш-Орды, то есть начало XX века, достаточно изучен, однако материалов на русском языке все же недостаточно. Здесь доминируют понятия о России, которая не сдержала своих обязательств, и призвала казахов на военную службу в первую мировую войну. Пусть призыв осуществлялся и на тыловые работы, тем не менее - факт состоялся, и это вызвало волну возмущений среди казахского населения и восстание под предводительством Амангельды Иманова.

В общем, в казахоязычной прессе бывает и негативные картинки взаимоотношений с Россией, обиды, раздражения, но, естественно, ярого возмущения и накала страстей нет. Это связано с политикой толерантности, межконфессиональности и межнационального согласия. Государство за этим строго наблюдает и наказывает достаточно строго в случае нарушения основных постулатов страны, поэтому практически в периодической печати ярких недовольств или критики в отношении разных стран, национальностей, конфессий не наблюдается. И это положительный факт в Казахстане.

Многие казахоязычные журналисты, политики и общественные деятели задавали вопросы в отношении тяжелых 20-30-х годов, все время пытались, приводя в пример Украину, и их попытки навязать «голодомор» на российскую сторону, сделать нечто похожее с казахстанской тематикой.

И здесь попытки навязывания потерпели крах, так как общество их не поддержало. Ни сколько не умаляя значение трагедии тех времен, отметим, что хотя Россия, взяв на себя обязательства правопреемника СССР, отвечает за всю историю и факты, казахстанская общественность реально рассуждает

и видит ошибки и страх, неграмотность и доносы друг на друга людей, живших в печальный период нашей общей истории. Здесь виноватыми и осужденными были лица обеих сторон, люди нашей общей в то время страны.

В основном XX век ассоциируется с общим прошлым, особенно Победой в Великой Отечественной войне. Здесь также имеются нелегкие отношения между странами, и, соответственно, это может интерпретироваться по-разному.

Импонирует тот факт, что по инициативе Евразийской Академии телевидения и радио (ЕАТР – Москва, РФ), Ассоциации СМИ Украины и многих других общественных организаций в Севастополе проводится в 2013 году в майские праздники великой Победы уже IX по счету Международный фестиваль кинофильмов и телерадиопрограмм «Победили вместе». Как члены ЕАТР, казахстанцы также все эти годы принимали и принимают активное участие в этом фестивале [4].

Однако и Великая Отечественная война порождает вопросы и непонимания ряда людей, которые они пытаются рассказать в печатных и электронных медиа.

Печально то, что ряд известных общественных деятелей пытаются разыграть свои карты и удовлетворить свои, в первую очередь, политические амбиции, используя незнание, некомпетентность людей.

Так, например, в последнее время буквально, как большая волна, заполонила страницы медийных изданий и интернет информации о Герое Советского Союза Алии Молдагуловой.

Для россиян напомню, что из кавказских и азиатских советских республик только две женщины в Великую Отечественную войну получили звание Героя Советского Союза, и эти две девушки – казашки, что, естественно, для нас священо, и наполняет наши души и сердца чувством гордости за Казахстан и казахов.

Первоначально прошла информация, что могила Алии, похороненной после боя севернее города НовоСокольники, пуста. Затем начался ажиотаж. Оказывается Алия похоронена в общей могиле. Начали требовать ее перезахоронить. Газета «Свобода слова» поставила все точки над i. На 1 и на 6-7 страницах она дала слово тем, кто защищал разные точки зрения. Алия Молдагулова родом из Актюбинска. Решающее слово досталось командир Актюбинского поискового отряда «Ирбис» Юрию Соловьеву, который более 20 лет занимается этой работой. Лаконичко, ясно, без эмоций, эксперт пояснил все, что необходимо было знать тем, кто особо выступал и высказывал обиды. Именно профессионализм эксперта и убедительные пояснения сделали дискуссию не нужной. Так необходимо решать проблемы! [1].

Сегодня в медиа поднимается вопрос казахстанцев-защитников Брестской крепости (БК). В советское время официально говорилось о трех десятках казахстанцев, защитников Брестской крепости, хотя в печати постоянно проскальзывало около 60 фамилий из Казахстана. Сегодня мы с помощью архивов, интернет и других источников может говорить о 467 казахстанцев-защитников БК. Поисковики Казахстана и России могут практически по каждому воину доказать их участие в защите БК. Однако догматы и официальные доктрины конца 50 – начала 60 –х годов прошлого столетия не позволяют белорусским работникам музея «Брестская крепость–герой» считать их участниками защиты крепости.

Именно в преддверии 70-летия Победы в Великой Отечественной войны решение вопросов на государственном уровне позволит показать общий подвиг советского народа (в том числе русского, белорусского, украинского, казахского и многих других) в своем величии и славе! [2]

Вызывают недоумения попытки некоторых российских историков, не зная фактов и событий тех военных лет, усомниться в подвиге Панфиловской дивизии, говорить о том, что главная роль в спасении Москвы принадлежит

ополченцам Москвы, сибирским и дальневосточным дивизиям. Все они – герои! Безусловно, в свое время и на своем месте и сибирские, и дальневосточные дивизии сыграли героическую роль в защите Москвы. Но именно с середины октября, весь ноябрь и начало декабря яростного 1941 года на своем 44-х-километровом участке фронта Панфиловская дивизия снискала себе честь и славу, которая нашла отражение даже в гимне Москвы! [3].

Именно такие факты вызывают недоумение, обиды, размышления, что не влияет положительно на нашу дружбу и имидж России в Казахстане.

Не буду подробно останавливаться на годы освоения целины, космическую эпопею (отголоски которой и в наше время слышны то в одном факте, то в другом, причем с обеих сторон!) и другие исторические факты нашей общей истории. Отмечу параллели, где мы были едины, и сегодня эти факты незаслуженно забыты. Напряжения с Китаем. Даманский и Джаланашколь. Большая дружба и со товариществом в Брежневскую эпоху. Знаменитый 1991 год. Дружба президентов Назарбаева и Ельцина, Назарбаева и Медведева, Назарбаева и Путина. Ведь это есть. И я надеюсь, что это будет всегда.

Отдельный разговор о сегодняшнем дне.

Казахстанцев настораживают в России действия скиндхедов. Боязнь поехать учиться в Россию, один из факторов поездок на учебу в западные страны.

Открываю интернет, и вижу реалии дня. Выступления известного политолога Д. Сатпаева, который отмечает несколько факторов, которые настораживают нас всех в Казахстане.

Политолог отметил, что прежние надежды и прогнозы наших властей на то, что Таможенный Союз откроет для казахстанских предпринимателей 153-миллионный рынок сбыта, не оправдались.

По мнению Досыма Сатпаева, есть два основных политических риска, которые могут поставить крест на перспективах, как Таможенного союза, так и Евразийского, — это смена политической власти в Казахстане и Белоруссии.

— Естественно, внутри Казахстана многие задаются вопросом – как сложится судьба этих интеграционных проектов после ухода из политики действующего президента? (Думаю, в Белоруссии тоже такие вопросы задают). Сможет ли новый президент Казахстана обеспечить преемственность не только внешней, но и внутренней политики? — отметил политолог. — Стопроцентных гарантий здесь никто не дает, тем более что негативное отношение к Евразийскому союзу внутри казахстанского общества все более нарастает.

Вторым риском является изменение демографической ситуации в республике. Согласно официальной статистике, в начале 2013 года, население Казахстана составило почти 17 млн. человек. При этом наибольший удельный вес в общей численности населения занимают казахи – 63%, русские — чуть более 23%, на долю других этнических групп приходится 12,2%.

— Естественно, усиление национал-патриотических настроений в Казахстане за последние годы — это закономерный процесс, связанный, в том числе, с демографическими изменениями. Сюда можно добавить и рост религиозных настроений, в том числе среди молодежи, составляющей 27% от всего населения, — подчеркнул Сатпаев [5].

Таков краткий исторический экскурс, который, безусловно, влияет на сегодняшнее состояние политической, экономической и социальной жизни обеих стран.

Имидж России в Казахстане состоит, в конечном счете, из таких малых и больших фактов истории и современности!

Библиографический список:

1. Аня Магдагулова. Кто ты? Не стоит поднимать мышиную возню вокруг имени Алии. // Свобода слова. – 2013, 11 апреля.
2. Ахметова Лайла. 22 июня 1941 года. Брестская крепость. Казахстан. - <http://zonakz.net/articles/50546>
3. Ахметова Лайла. Панфиловская дивизия. 16 ноября 1941 года. - <http://zonakz.net/articles/58334>
4. Победили вместе! - <http://eatr.ru/wt2010/>
5. Сатпаев Досым: «Таможенный Союз не оправдал надежд» - <http://news.mail.ru/inworld/kazakhstan/economics/12804823/?frommail=>

Барлыбаева С. Х.

Казахский национальный университет им.Аль-Фараби

КАЗАХСТАНСКАЯ ПРЕССА О ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

В Казахстане с обретением суверенитета сформировалась новая система средств массовой коммуникации. Глобализация информационного процесса активизирует развитие экономики, науки, культуры, образования, повышает интерес к местным средствам массовой информации. Информационные процессы имеют глобальный характер, но они имеют национальную специфику того государства, в котором они происходят.

27 ноября 2012г. правительством страны был одобрен проект государственной программы «Информационный Казахстан-2020». По словам министра транспорта и коммуникаций РК Аскара Жумагалиева: «Программа направлена на внедрение инфокоммуникационных технологий во всех сферах экономики. Это, в свою очередь, позволит решить задачи повышения эффективности системы государственного управления, способствует

развитию отечественного информационного пространства. Проектом программы предусмотрено дальнейшее внедрение современных технологий связи, цифрового телевидения, перевод государственных услуг в электронный формат к 2014 году, активное применение новых технологий в медицине, образовании и других сферах»[7]. В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышение уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. В результате этого, как отметил министр культуры и информации Казахстана – Дархан Мынбай, «к 2020 году должно стать увеличение объема телевизионной продукции казахстанского производства до 60% от общего эфирного времени. Число Интернет-сайтов в доменах .kz и .kaz должно увеличиться на 50% по сравнению с 2012 годом. Объем производства ТВ продукции способом размещения заказа среди частных телеканалов на условии софинансирования составит не менее 15 проектов в год, при этом объем переданного государственными телеканалами в аутсорсинг составит – 60%. Казахские телеканалы станут доступны на территории 110 стран, как отмечает министр Д.Мынбай, - а количество СМИ в Интернете составит 95% от их общего количества. К 2020 году количество абонентов национальной спутниковой сети должно достигнуть 1 млн. человек» [8].

Д.Мынбай отметил, что «к 2017 году уровень удовлетворенности населения качеством услуг в сфере культуры составит 61%, а к 2020 году – 65%. Посещаемость информационной системы «Электронный государственный библиотечный фонд «Библиотека Казахстана» к 2017 году составит 55 тысяч единиц, к 2020 году – 57 тысяч единиц [10].

Традиционные и новые медиа Казахстана активно включились в освещение евразийских интеграционных процессов. Интеграционный проект – Единое экономическое пространство Казахстана, России, Беларуси, старт которому был дан 1 января 2012 года, нашел широкий отклик в средствах

массовой коммуникации, в развитии социальных институтов, научных центров.

Идея Евразийской интеграции все больше находит своих сторонников на постсоветском пространстве, и тем более в Казахстане, где Президент страны Н.А.Назарбаев еще в 1994 году впервые предложил идею создания Евразийского Союза, выступая в МГУ им.М.В.Ломоносова. Прошло более 18 лет, в октябре 2011 года в газете «Известия» были опубликованы статьи руководителей трех стран: Казахстана, России и Беларуси – Н.Назарбаева, В.Путина и А.Лукашенко, в которых была выдвинута идея о формировании Евразийского Экономического Союза.

Эти статьи лидеров государств дали толчок в создании Евразийского Центра на факультете международных отношений Казахского Национального университета им.Аль-Фараби. Его руководитель – Жарас Омарович Ибрашев – доктор исторических наук, профессор более 40 лет занимается изучением проблем европейской интеграции, рассказывает: «Когда я прочитал эти статьи, где руководители трех государств выразили идею Евразийского Союза, у меня появилась идея создать Евразийский научно-исследовательский Центр, где будут изучать, исследовать процесс Евразийской интеграции. И с января 2012 года Центр фактически уже действует, активно развивается. В 2012 году выпущен сборник статей «Идея о Евразийском Союзе отвечает духу времени». И как ласточка предвещает весну, так и этот сборник извещает, что есть Евразийский Центр на факультете международных отношений в КазНУ им. Аль-Фараби. [2,8].

«Международная практика показывает, что ключевой целью подлинной интеграции является создание единого пространства, которое должно быть скреплено прочными не только экономическими, но и социокультурными связями и прикрыто надежным щитом безопасности. Евразийским проектом предполагается создание единого экономического, таможенного, гуманитарного пространства. Приоритетными принципами

формирования новой интеграционной модели стали: прагматический подход к интеграции, экономическая целесообразность и добровольность объединения государств»[4, 4]. Президент Казахстана Н.А. Назарбаев отмечал, что добрососедство, равноправие, честное сотрудничество – необходимые условия для экономической интеграции стран СНГ. Только на этой основе могут быть осуществлены и другие интеграционные проекты. «Евразийский экономический союз может стать крупным жизнеспособным региональным объединением, способным вывести страны Евразии из-под деструктивного влияния глобальной нестабильности. В интеграции на евразийском пространстве присутствуют три измерения: экономическое, военно-политическое, культурно-гуманитарное». Президент РК отметил: «Все равно состоится Евразийский Союз. Я даже допускаю, что он будет включать в себя всю Европу и всю Азию. Потому что таков наш континент: одна сторона другой стороне всегда будет нужна»[5, 3].

В рамках интеграционных процессов за прошедшие годы наметилась определенная тенденция по созданию системы информационного межгосударственного взаимодействия. При этом каждая страна, стремясь внести свой вклад в интеграционные процессы, предпринимает все возможное, чтобы создать свое собственное информационное пространство. Для создания отечественных журналистских продуктов создаются все условия – оказывается государственная поддержка, благодаря переходу к цифровому телевидению будет обеспечен доступ к отечественному вещанию всем казахстанцам.

На качественно новый уровень выходят двухсторонние, трехсторонние отношения между Казахстаном, Россией и Беларусью, интеграционные процессы в Евразии, об этом говорят статьи в газетах: «Литер»- «Евразийский небоскреб»(21 сентября 2012г.), «Углубляя сотрудничество» (15 июня 2012г.), «Евразийский эль»(16 июня 2012г.); «Казахстанская правда»- «Евразийство – закономерный выбор» (22 сентября 2012г.),

«Стратегии и концепции в рамках Содружества» (23 июня 2012г.), «Под покровительством Дракона» (17 сентября 2012г.), (27 ноября 2012г.); «Новое поколение»- «В духе времени»(6 ноября 2012г.), «Познаем самих себя» (20 сентября 2012г.); «Вечерний Алматы» (27 ноября 2012г.); «Алматы Акшамы» (6 декабря 2012г.); «Заман-Казахстан» (16 октября 2012г.); «Панорама» - «На 1-м Алматинском бизнес-форуме обсуждали плюсы и минусы Таможенного союза» (8 июня 2012г.), «Декларация лучших намерений» (8 июня 2012г.); «Время»- «Судьба Европы» (10 января 2013г.), «И не мечтайте!»(19 сентября 2012г.); «Бизнес и власть»-«Евразийский экономический союз – объективная региональная тенденция»(21 сентября 2012г.) и во многих других изданиях. Всестороннее развитие стран Содружества постоянно информирует межгосударственная телекомпания «Мир». По телеканалу «РТР-Россия» освещается рубрика «Евразийское пространство», где передаются новости из Евразийского сообщества.

В казахстанских масс медиа идет разъяснение о развитии Таможенного союза, Евразийского экономического пространства, о сложностях и проблемах на его пути. Так, в газете «Время» идет конструктивный диалог экспертов, экономистов, политологов. Как развивать Таможенный союз? Как лучше выстраивать экспортную экономику? Как улучшить страновой экономический менеджмент? - Об этом говорится в следующих материалах: «Торг здесь не уместен» (18 сентября 2012г.), «И не мечтайте!»(19 сентября 2012г.). В статье З. Ахматовой «И не мечтайте!» автор берет интервью у политолога Е. Карина, который на вопрос журналистки: «Почему на ваш взгляд, создание Евразийского парламента нереально в ближайшей перспективе?», был дан ответ: «Ни в ближайшей, ни в среднесрочной и даже ни в дальней! Создание наднациональной политической структуры нами не может обсуждаться в принципе, поскольку это напрямую затрагивает суверенитет нашей страны. А принцип суверенитета четко закреплен в Конституции, и, более того, согласно законам

нашей страны такого рода вопросы даже не могут выноситься на общенациональный референдум. Поэтому максимум того, что может и должно обсуждаться, - это дальнейшее наращивание потенциала уже существующих институтов межпарламентского сотрудничества»[1, 3].

В статье М. Шиманского «Под покровительством Дракона» в газете «Казахстанская правда» освещался Молодежный форум стран организации ШОС в Пекине, который прошел в сентябре 2012 года. От делегатов молодежного крыла казахстанской партии «НурОтан»- «ЖасОтан» было выдвинуто предложение относительно создания социальной сети для развития информационного обмена в молодежной среде стран ШОС. В ходе заседания секции была предложена идея запуска на пространстве объединения телевизионных передач, аналогичных «Фабрике звезд» и «Давай поженимся»[12, 25]. Пока это идеи, предложения. Вероятно, они воплотятся в жизнь в евразийском пространстве, способствуя духу дружбы и сотрудничества. Развитие культурно-гуманитарных контактов, активный информационный обмен способствуют укреплению современной цивилизации, диалогу культур, лучшей осведомленности, информированности о жизни разных стран и регионов Евразии.

15 июня 2012 года в Астане прошел Международный форум «Евразийская культура в новом мире», который всесторонне освещался в СМИ. В статье газеты «Литер» под названием «Евразийский эль» затрагивались вопросы сохранения общих ценностей народов, проживающих в Евразии и укрепления их национальной культуры и самобытности. - «Постепенно приходит понимание того, что евразийское будущее лучше строить сообща, что «Содружество» остается востребованным среди народов постсоветского пространства. Участники Форума поднимали вопрос о придании импульса развитию евразийского единства во всем его многообразии, культурного, духовного взаимодействия народов СНГ – как важного фактора углубления интеграции»[6, 4].

В столице Казахстана прошли V экономический форум, IV Съезд лидеров мировых и традиционных религий. Осуществляется проект Межгосударственного фонда гуманитарного сотрудничества стран-участниц СНГ «Культурные столицы Содружества». Все эти события способствуют укреплению потенциала культурного сотрудничества, диалога культур, толерантности на евразийском пространстве. Они являются новым этапом на пути консолидации интеллектуального потенциала евразийских государств, объединения усилий творческого сообщества для развития культурно-гуманитарных связей, продвижения общечеловеческих ценностей. Эти инициативы дают реальные перспективы евразийской интеграции.

Регулярно проводимые социологические опросы показывают, что, несмотря на все трудности, европейцев вполне устраивает жить в единой Европе. Когда формировался Европейский Союз, было всего 6 стран: Франция, Германия, Италия, Бельгия, Нидерланды и Люксембург. А сейчас 27 стран входят в Европейский Союз, 28-я Хорватия недавно вступила в ЕС, на подходе Сербия, Македония и другие страны хотят вступить в Европейский Союз. Известный французский экономист, директор Института экономических исследований «Брюгел» Жан Пизани-Ферри на вопрос: «Вы опытным путем пришли к тому, что Европа должна стать полноценным государством»? - отвечает: «Мы медленно, но верно движемся в этом направлении»[11, 20]. Европейские государства предпочитают держаться вместе, последовательно принимая решения о все большей интеграции. И число стран, добровольно присоединившихся и желающих присоединиться к Европейскому Союзу, растет.

Доля негосударственных СМИ на информационном рынке страны составляет 85%. Из общего числа газет почти половина выходит на казахском и русском языках, есть газеты, выходящие только на казахском или только на русском языках, часть газет выходят на уйгурском, корейском, английском, немецком и других языках. На поддержку этнических средств

массовой информации и освещение межэтнических отношений с 2005 года финансирование увеличено более чем в 4 раза. Газеты и журналы в Казахстане выпускаются на 15 языках, радиопередачи выходят на восьми, телепередачи на 11 языках. Государством выделяются средства на поддержку деятельности 19 этнических СМИ, а всего их – 33 [9, 5].

Любое социальное явление, каким является создание Евразийского Союза, требует глубокого осмысления, научного подхода и теоретического исследования всех его составляющих»[3, 7]. Информационно-культурная общность способствует формированию и развитию евразийских интеграционных процессов, духовного взаимообогащения. Благодаря традиционным и новым масс медиа, этот информационный поток насыщается новыми идеями, взглядами, событиями и явлениями, расширяя кругозор познаний евразийцев. Имея общее историческое прошлое, тесные экономические и культурные связи, общий менталитет, общий язык общения, легче развивать евразийское информационное пространство.

Библиографический список:

- 1.Ахматова З. И не мечтайте!//Время,19 сентября 2012.-С.3.
- 2.Барлыбаева С.Х. Познаем самих себя // Новое поколение, 20сентября2012-С. 8.
- 3.Барлыбаева Л.Х. В духе времени // Новое поколение, 6 ноября 2012.- С.7.
- 4.Евразийская инициатива Нурсултана Назарбаева – основа современной экономической интеграции». // Казахстанская правда, 27 ноября 2012, –С.4.
- 5.Евразийский экономический союз – объективная региональная тенденция//Бизнес и власть, 21 сентября, 2012.-С.3.
- 6.Евразийския эль//Литер, 16 июня 2012.-С.4.

7. Казахстанская правда, 27 ноября 2012г.
- 8.Казинформ, 27 ноября 2012г.
- 9.Онербаева К. Нация созидателей // Экспресс-Казахстан, 2011,2 июля.- С. 5.
- 10.Са-News, 27 ноября 2012г.
- 11.Судьба Европы//Время, 10 января 2013.-С.20.
- 12.Шиманский М. Под покровительством Дракона//Казахстанская правда, 17 сентября 2012.-С.25.

Жетписбай Бекболатулы
Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

ПЕРСПЕКТИВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ

Всего десятилетие назад связь с общественностью - PR воспринимался большинством наших сограждан как заморское чудо, как импортная экзотика, а людьми бизнеса - как роскошь, позволительная лишь самым крупным и богатым организациям и фирмам. Сегодня каждая, хоть сколь ни будь уважающая себя компания, имеет в своем штате менеджера или специалиста, а нередко – службу или отдел по связям с общественностью.

История отечественного PR недолгая, и, пожалуй, пока еще рано говорить о сложившихся традициях PR-рынка. Характерной для этапа становления проблемой является квалификация кадров. Так уж повелось, что ближайшим кадровым резервом для PR-специалистов на начальном этапе стали журналисты (реже – филологи), то есть те, кто умеют грамотно излагать свои мысли и в той или иной степени осведомлены о происходящих в обществе процессах /1/. В то же время написание коммерческих статей на заданную тему – всего лишь составляющая инструментария PR, и понимание того, что PR-специалист – это прежде всего мыслящий системно менеджер,

выстраивающий интегрированный комплекс взаимоотношений с общественными институтами, пришло довольно быстро. И тем не менее, даже сегодня квалифицированных PR-специалистов, действующих «на стороне клиента», не так много. Однако их количество растет.

И все-таки уровень развития казахстанского PR сегодня уступает российскому. Специфика российского PR-рынка заключается в том, что на нем в равной степени востребованы такие составляющие комплекса связей с общественностью, как политический и бизнес PR. Более того, в России политический PR предшествовал бизнес PR-у (примеров политтехнологов, ушедших в бизнес PR, в российской истории предостаточно), что, с одной стороны, позволило создать мощный кадровый потенциал специалистов по связям с общественностью уже на начальном этапе развития системы PR в бизнесе, а с другой – способствует интеллектуальной и технологической ротации между этими двумя сферами. В Казахстане же мы наблюдаем примат бизнес PR-а над политическим, причем казахстанский бизнес PR, к сожалению, до сих пор не избавился от избытка академичности и тенденции к использованию идеальных, теоретически возможных, но практически недостижимых моделей построения комплекса мероприятий по связям с общественностью/2/. Проблема в том, что используемая нами теоретическая база – это этап, пройденный западными специалистами в 60-е годы прошлого века, когда продвижение в целом и PR в частности рассматривались как подчиненные остальным элементам комплекса маркетинга, а не как равноправный, формирующий спрос элемент комплекса маркетинг-микс /3/.

Растет количество казахстанских PR-агентств. Из последних тенденций рынка услуг в области связей с общественностью можно выделить несколько ключевых. Первая: в местные PR-агентства стали обращаться не только представители казахстанского бизнеса, но и транснациональные компании, желающие выстраивать историю своего бизнеса в Казахстане с учетом местного менталитета и местных потребностей. Вторая тенденция: все

большее количество компаний, придя к пониманию необходимости планомерных действий, переходят на абонементную систему работы с PR-агентствами, предполагающую разработку годовой PR-программы. Такая программа позволит обеспечить системность проводимых PR-проектов. Заказ на разовые пресс-конференции, брифинги встречается все реже и реже. Третья тенденция: теперь пиарщики работают в тесной связке с маркетологами, рекламными агентствами, исследовательскими компаниями, поскольку объединенными усилиями можно добиться ощутимых результатов. И, наконец, в выборе PR-агентства самое непосредственное участие стали принимать первые руководители, в том числе и главы крупнейших отечественных компаний. Это прямое доказательство того, какие масштабные перемены произошли на рынке PR-услуг.

Появились первые общественные объединения работников сферы PR. Национальная Ассоциация по Связям с Обществом Республики Казахстан - НАСО РК - первая в Казахстане Национальная Ассоциация, объединяющая профессиональные PR-агентства и организации. Учредителями НАСО выступили: компания «Аквис Системс Азия», агентство "БРИФ Центральная Азия", Казахстанский Пресс-Клуб, Национальный Пресс-Клуб и агентство коммуникативного менеджмента «Ренессанс».

Миссия НАСО - формирование и развитие в Казахстане профессионального, прогрессивного и грамотного рынка PR-услуг и технологий. НАСО - некоммерческая организация, которая работает для своих членов, в их интересах, а также в интересах всего общества в целом, налаживая дружеское сотрудничество с основными целевыми группами, такими как: государственные и коммерческие структуры, общественные организации, СМИ, образовательные институты, школы бизнеса, операторы PR-рынка, PR-менеджеры.

Все громче о себе заявляет Клуб казахстанских PR-профессионалов «PR-шы». Одной из миссий клуба «PR-шы» является повышение стандартов PR-образования в Казахстане. В течении учебного года члены клуба, практикующие PR-профессионалы, читают лекции по PR в ВУЗ-ах г. Алматы и проводят открытые, бесплатные мастер-классы. Повышение стандартов PR-образования клуб также стимулирует через ежегодный конкурс студенческих PR-проектов. В конкурсе принимает участие достаточное количество человек, студенты бакалавриата и магистратуры.

На прошлогодний конкурс были представлены работы из ВУЗов республики: Университет Международного Бизнеса (УМБ), Казахский Экономический Университет им. Т. Рыскулова (КазЭУ), Казахский Национальный Педагогический Университет им. Абая (КазНПУ), Международная Академия Бизнеса (МАБ), Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби (КазНУ), Казахский институт менеджмента, экономики и прогнозирования (КИМЭП), Карагандинский Институт Актуального Образования «Болашак», и т.д.

Жюри конкурса отметило, что год от года работы становятся более интересными и приближенными к реальным условиям. Растет культура оформления проектов. Налицо умение работать с первичными и вторичными источниками информации. Более половины работ содержат пусть небольшие, но уже реальные исследования по заявленной теме. Растет количество проектов по социальному и страновому PR. Особенно радует увеличение числа работ на казахском языке - почти треть проектов представлено на государственном языке.

Клуб казахстанских PR-профессионалов при поддержке Национальной Ассоциации по связям с общественностью РК провели Международный Форум по коммуникациям и менеджменту в рамках Дней PR в Казахстане. Это крупнейшее событие в PR-индустрии Казахстана, в котором приняли

участие руководители ведущих казахстанских и западных компаний, эксперты по коммуникациям, а также все профессионалы PR-индустрии. Основная цель Форума - освещение и обсуждение наиболее важных текущих вопросов экономического, социального и политического развития Казахстана, которые окажут непосредственное влияние на развитие PR-индустрии в Казахстане, корпоративные стандарты и развитие репутационного менеджмента.

В программу Дней вошло несколько событий. Прошел студенческий PR-сейшн «Сиреневый PRорыв». Первый студенческий PR-сейшн открыл Дни PR в Казахстане. Символом сейшна стала сирень. В 1996 году началась вырубка бесценного сада-питомника супругов Дзевицких, передавших безвозмезно городу Алматы тысячи кустов сирени. 1800 сортов этого растения были уничтожены. Студенты представили результаты собственного исследования по ключевым проблемам PR-образования, проведенного среди казахстанских специалистов по связям с общественностью и бизнес-сообщества. Основными проблемами респонденты называли нехватку квалифицированных преподавательских кадров (46,5%), низкую долю практики в обучении (32,8%), отсутствие четкого отличия PR от смежных специальностей (19,2%). Члены клуба «PR-шы», практикующие PR-профессионалы, провели мастер-классы по таким аспектам PR-деятельности, как элементы избирательных кампаний, присоединение к информационным потокам, фандрайзинг. PR сейшн продолжился презентациями лучших студенческих работ, представленных на Конкурс Студенческих PR-проектов, который также организует клуб «PR-шы».

Следует отметить, исследовательское направление казахстанского PR удачно дополняются практическими делами. Сегодня казахстанские PR-агентства готовы решать задачи практически любого уровня сложности. Хотелось бы вкратце остановиться на основных направлениях деятельности агентства по связям с общественностью.

1. Формирование репутации. Его еще метко называют «капитализацией репутации». При этом главный акцент ставится на вызов доверия к компании, причем доверия не только со стороны целевой аудитории, но и — самое главное — широкой общественности и властных структур государства. Сотрудниками PR-агентства совместно с представителями компании вырабатывается корпоративный имидж компании, представляющий последнюю не просто как профессионала в бизнесе, а как гражданина страны, ответственного за ее развитие и процветание.

2. Решение маркетинговых задач. Выше уже говорилось о необходимости интеграции между маркетологами, пиарщиками и рекламистами. На долю PR-агентства выпадает сопровождение и PR-поддержка маркетинговых задач компании (поддержка новой ТМ, репозиционирование, увеличение продаж и т.д.). И если маркетологи озабочены тем как увеличить продажи, то пиарщики — тем, как вызвать доверие и любовь потребителей к торговой марке.

3. Внутрикorporативный PR. В этом направлении пути пиарщиков пересекаются с деятельностью менеджеров по человеческим ресурсам. Это, прежде всего, работа над индивидуальной корпоративной культурой и создание такой атмосферы в компании, чтобы талант и профессионализм каждого сотрудника мог раскрыться в полной мере, а в коллективе царил необходимый психологический климат.

4. Investor relations. Относительно новое для нашей республики направление деятельности пиарщиков, направленное на повышение инвестиционной привлекательности компании. Оно, по сути, включает в себя весь спектр PR-услуг, поскольку инвесторы будут рассматривать в качестве вложения своего капитала лишь компании с безупречной репутацией, четко отлаженным бизнесом и с командой профессионалов, способных воплотить в

жизнь любые проекты. Вот основные направления деятельности пиарщиков, которые декларируют PR-агентства.

В казахстанской практике бизнеса некоторые PR-подразделения уже получили статус управлений и департаментов с достаточно разветвленной структурой. Окрепили и вошли в зрелость профессиональные PR-агентства. Когда человек сообщает, что работает PR-специалистом или учится на «пиарщика» это не вызывает, как еще совсем недавно, недоумения на лице его собеседника. Однако, главный итог трансформации позиций PR в нашем обществе тот, что связи с общественностью сконцентрировались преимущественно в сфере экономических отношений и экономической деятельности/4/.

Еще далеко не во всех компаниях в организации связей с общественностью достигнута необходимая институциональная четкость. Где-то единичного PR-менеджера или группу PR-специалистов подчинили отделу маркетинга, где-то, наоборот, маркетинг сочли частью коммуникационных технологий. Где-то неправомерно сузили сферу PR до функций пресс-службы. И тем не менее, взаимоотношения public relations с близкими им областями деятельности - менеджментом, маркетингом и рекламой, сегодня достаточно прояснились.

Библиографический список:

1. Ж.Бекболатулы. Связь с общественностью: приоритеты и проблемы. «Национальные средства массовой информации в условиях глобализации», Материалы международной научно-практической и теоретической конференции. Алматы -2006. стр. 100-102.
2. Нургожина Ш.Ш., Гилльмудинова Э.Р. Роль политического Паблик Рилейшнз в формировании гражданского общества в Казахстане. «Ервразия: проблемы PR. Алматы – 2003г. стр. 59-68
3. Ф.И.Шарков. «Паблик рилейшнз». Учебное пособие. М.: - 2005. стр. 12-17.

4. З.Данаева. Современное состояние и проблемы взаимоотношения журналистики и PR. «PR и СМИ в Казахстане». Сборник научных трудов. Четвертый выпуск. Алматы – 2006г. стр. 54-57.

Велитченко С. Н.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

РОССИЙСКИЕ ГЛЯНЦЕВЫЕ ЖУРНАЛЫ КАК ЦЕННОСТНАЯ МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ

В России и Казахстане с исторического момента обретения независимости произошли кардинальные изменения структуры журнального рынка, когда стало возможным говорить о распространении стандартов потребления и образа жизни, характерного для среднего класса развитых западных стран. Именно этому среднему классу, а также образовавшемуся в наших странах классу бизнес-элиты адресованы гляцевые журналы (glossy magazines). Многие из них были внедрены на российский рынок глобальными издательскими концернами в период обновления национальной медиасистемы. Речь идет прежде всего о журналах Cosmopolitan, Elle, Harper's Bazaar, L'Officiel, Marie Claire и Vogue (перечислены в порядке появления на медиарынке России). Некоторые из этих изданий являются мощными транснациональными проектами, которые имеют вес и влияние в Казахстане. Многие журналы, выходящие на русском языке, основаны зарубежными издательскими фирмами и являются русскоязычными

версиями известных западных изданий («Космополитен», ELLE, «Лиза», «Отдохни!» и др.)

Красочный мир гламура рассказывает о модных тенденциях, красоте и здоровье, соблазняет дорогими покупками и психологическими экспериментами. Но самое главное – глянцевые журналы диктуют нам стандарты поведенческих реакций, актуальные в современный период, а иногда и манипулируют нашим сознанием, заставляя делать выбор, далекий от наших истинных духовных убеждений.

Глянцевые журналы – типичный продукт массовой культуры, ведущей свою историю с середины XX века. Массовая культура, как правило, обладает меньшей художественной ценностью, чем элитарная или народная культура, но вместе с тем имеет самую широкую аудиторию. Маскульт удовлетворяет сиюминутные запросы людей, реагирует на любое новое событие и отражает его, осуществляет стандартизацию духовной деятельности человека [1, 109]. Как известно, массовая культура может быть интернациональной и национальной. Глянцевые журналы - яркий пример интеркультурной и интернациональной модели современного общества: контент глянца, несмотря на страну производства, подчиняется определенному формату текста и дизайна. Необходимо отметить, что гляцевые журналы всегда ориентированы на определенную аудиторию с соответствующим уровнем доходов, что обуславливает как типологические признаки того или иного издания, так и его гендерную репрезентацию [2, 291].

Вот как, например, позиционирует себя журнал ELLE: понятие «мода» понимается широко и имеет отношение не только к одежде, но и к образу жизни в целом. Это журнал для современной женщины, нацеленной на успех.

Cosmopolitan - самый популярный в мире журнал для молодых женщин. Это не просто журнал - это стиль жизни. Первый номер Cosmopolitan Казахстан увидел свет в 2002 г. как приложение к российскому

изданию, и сразу произвел сенсацию. Через 2 года редакция начала выпускать полноцветное издание. Сейчас казахстанский «Космо» - издание, на 100% сделанное нашими журналистами.

Издательский дом Partners Media Group был основан в 1998 году, когда впервые вышла в свет англоязычная газета The Business Journal. С появлением компании издательский бизнес в Казахстане стал обретать новые формы и активно использовать современные идеи. Основное направление деятельности Partners Media Group - глянецовые издания - сформировалось в 2002 году с выпуском Elite Woman - казахстанского приложения к журналу Vogue Россия.

«Пионером» казахстанского глянца и его долгожителем - 15 лет на медиарынке республики - является журнал «Сезон». Среди других глянецовых изданий он выделяется стопроцентно казахстанским контентом. Отметим и журнал Vintage. Несмотря на то, что журнал адресован на аудиторию из круга интеллектуальной элиты, за первый же год Vintage, по данным Gallup Media, установил лидерство на рынке печатной прессы и до сих пор является самым популярным изданием о моде в Казахстане.

Два года назад на федеральной карте журналов «Дорогое удовольствие» появилась новая звездочка - Алматы. Вышел в свет первый номер журнала «Дорогое удовольствие Central Asia». С «Дорогим удовольствием» можно побывать на самых ярких событиях мира моды и искусства, обсудить семейные вопросы, отправиться в роскошное путешествие и всегда быть в курсе того, что происходит в родном городе.

Первый русский журнал о моде Fashion Collection в этом году отмечает свой первый юбилей. 10 лет – серьезный возраст для проекта, как в издательском бизнесе, так и в fashion-индустрии. Современная мода циклична, тренды постоянно повторяются, но журнал всегда должен нести новые идеи.

Все импортированные бренды в той или иной степени подверглись адаптации к условиям российского рынка. Однако наряду с активным присутствием международных и российских гляцевых журналов на медиарынке Казахстана следует отметить и безусловное моделирование ими различных психологических и поведенческих реакций. Стиль потребления, тиражируемый такими журналами, рассчитан на уровень доходов высшего и высшего среднего классов. Таким образом многие читатели покупают не просто журнал, а суррогатный заменитель «красивой жизни». Журнал не просто рассказывает – диктует стиль одежды, построение коммуникаций, формирует психологические навыки достижения цели в той социальной группе, к которой читателю хотелось бы принадлежать. Глянец в этом смысле – классический инструмент идентификации себя с социальной успешностью. Это не просто источник информации и гид по модным бутикам, а мощная психологическая система, влияющая на сознание и поведение аудитории. В этом состоят как положительные моменты развития журнального рынка России и Казахстана, так и проблемные аспекты культурологического плана.

Библиографический список:

1. Зоркая Н.М. На рубеже столетий: У истоков массового искусства в России.-М., 2000, с.109
2. Nixon S. Exhibiting Masculinity // Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Ed. By S. Hall. Sage. 1999. P.291
3. Система средств массовой информации в России. / Под ред. Проф. Я.Н. Засурского. М., 2001

Денисенко О. В., Стрыгина Т. В.
Пензенский государственный университет

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ФОТОГРАФИИ И АНАЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА В СЕМИОТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ESQUIRE»)

Современный мир визуализирован. Большую часть знаний мы воспринимаем посредством изображения, поэтому с точки зрения доминирующих свойств культуры современную эпоху называют визуальной.

Образ способен передавать информацию, чувства, эмоции, ценности. Образы могут быть зашифрованными, требующими аналитического прочтения, но могут быть и открытыми. Одни носят художественный характер, другие – информационный.

Как утверждает польский социолог Петр Штомпка, в эпохе есть несколько переломных моментов: изобретение фотографии, копировального аппарата, телевидения, компьютера и Интернета. С их появлением исчезают границы в распространении изображений, и образ выходит на первый план [2, 7].

Возможно, вы никогда не сможете побывать в космосе, но современные визуальные средства помогают представить, какие процессы там происходят. Человек, который не интересовался космосом, представляет, как выглядит это пространство, благодаря тому, что изображения космоса растиражированы и доступны всем.

В журналистике традиционно принято считать, что образ является выразительным средством в художественно-публицистических и аналитических текстах. Но в информационных материалах также присутствуют образы.

Основу любого журналистского текста составляет факт, который имеет два определения: онтологическое и гносеологическое. С точки зрения онтологии, факт – единица реальности, существующая вне человеческого сознания, с точки зрения гносеологии – единица сознания. Между собой они не тождественны, т.е. один и тот же факт в реальности и человеческом

сознании будет отличаться. Поэтому факт в человеческом сознании является отражением факта действительности, его образом. Фотографии документального, информационного характера являются образами действительности.

С точки зрения семиотики текст представляет собой условную систему знаков, фотография – изобразительную или иконическую. Мы изучали совпадение этих систем с семантической точки зрения. Традиционно в журналистике образы фотографий и текстов совпадают. Но в последнее время стали появляться материалы, в которых эти образы далеки друг от друга.

Рассмотрим материал под названием «Производят впечатления», в котором использованы работы известного американского фотографа Эми Стивенс.

В статье социолог Герхард Шульце «объясняет, как функционирует «общество переживания», почему массовые мероприятия становятся всё более популярными и что происходит с искусством в эпоху массовой воспроизводимости» [3]. В современном мире из-за недостатка в переживаниях люди стремятся «покупать» эмоции, участвовать в разных массовых мероприятиях, в которых «создается» пространство для получения впечатлений.

Фотограф утверждает, что её торты демонстрируют интенсивное стремление человека к совершенству, максимализм человеческой природы. Образы тортов можно трактовать по-разному. Но в самом материале есть «ключ» к расшифровке смысла фотографии. Шульце сравнивает концерты (массовые мероприятия) с пирогами и говорит, что они могут быть с хорошим и плохим «наполнением».

Как можно заметить, смысл, которым «наделил» изображение бильд-редактор журнала, несколько отличается от того, который в них вложил автор фотографий. Вот здесь, на этой границе, возникает новый смысл,

опирающийся на индивидуальное сознание. Помимо этого, смысл может меняться, мы трактуем фотографии, исходя из личного опыта, игнорируя «ключ».

На основе этого можно сделать вывод, что пересечение семантических пространств текста и фотографии порождает новые смыслы, опирающиеся на индивидуальное сознание.

Степень глубины проникновения человека в постмодернистское произведение зависит от его эрудиции, этот же принцип мы можем отнести к проникновению в смысл целого, которое образует художественная фотография и журналистский текст. Это целое нуждается в расшифровке.

Материал Светланы Рейтер «Правила жизни в России. Вацлав Радзивинич», представленный в жанре интервью-монолога, сопровождается фотографиями Александры Руденской [1]. В данном примере с точки зрения семантики фотографии и текст близки друг другу.

А. Руденская показывает обрубленные березы, старую мебель с зелёными покрывалами, почтовые ящики, старые дома и ларьки, Дом культуры с заложенным окном: «Я фотографирую страну, которая настойчиво ищет свой новый облик, категорически отказываясь от своего недавнего прошлого и двигаясь навстречу смутному будущему. Мир моих фотографий – это мир иллюзий и рекламной фальши. Хотя ни одна из моих фотографий не является инсценировкой, визуальные образы, используемые мною, сводят на нет различие между фактом и вымыслом, отражая искусственность и театральность сегодняшней России».

Мрачная тональность фотографий соответствует тону материала. Польский журналист рассказывает о трагедиях в России, о взаимоотношениях между Россией и Польшей, о своей жизни в Москве.

Читателю представлены два взгляда на современную Россию: взгляд девушки, родившейся в России, и взгляд иностранца, живущего в России. Фотографические образы в материале не дублируют текстовые, говорить в

данном случае о том, что фотографии выполняют сопроводительную функцию, также неверно. Художественная фотография в данном случае публицистична. Она расширяет смысловое пространство текста.

Мы провели анализ материалов журнала за 4 года. В среднем в каждом номере выходит один материал подобного рода, чаще всего он посвящён научной или политической теме. Процент таких материалов за 4 года равен 12. Также мы изучили материалы сайта журнала «Сноб», где в качестве иллюстраций выступают репродукции картин, коллажи, зарисовки. Ежедневно на сайте появляется около 6 таких материалов.

Художественный образ (художественная фотография, векторная иллюстрация, коллаж) сегодня активно проникает в сферу журналистики, тем самым расширяя средства визуального оформления и углубляя журналистские тексты в семантическом плане.

Библиографический список:

1. Рейтер С. Правила жизни // Esquire. – 2011. – №72. – С. 100 – 108.
2. Штомпка П. Визуальная социология. – М.: Логос, 2007. – С. 7.
3. Шульце Г. Производят впечатления // Esquire. – 2011. – №68. – С. 72 – 75.

Дудинова Е. И., Мухамадиева Л. И

Казахский национальный университет имени Аль-Фараби

ЭЛЕМЕНТЫ ПРОПАГАНДЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИА-ТЕКСТАХ О

КАЗАХСТАНЕ: РЕДАКТОРСКАЯ ОЦЕНКА

Современные медиа-тексты все чаще становятся средоточием пропагандистских техник воздействия на аудиторию. Порой трудно отличить простую передачу факта от продвижения нужной идеи с его помощью. В

таком случае, факт может оцениваться по-разному, в зависимости от задач информатора.

Западная журналистика традиционно позиционируется как более прогрессивная, фактологически-насыщенная и объективная. Известно разделение европейской и американской журналистики на континентальную и островную. Первая, «преимущественно романо-германская, комментаторская, аналитическая, противостоит «островной» – англо-американской, информирующей, поставляющей факты» [10].

Считается, что американская и британская модель демонстрируют высокую информативность, не отрицая анонимности авторов. Континентальная же настаивает на авторстве текстов, выраженной позиции и мнении пишущего. Исследователи считают, что «в Германии, Франции или России работники прессы были озабочены прежде всего эффективностью журналистского воздействия на аудиторию, что в свою очередь требовало серьезной разработки теории жанров, двигало вперед методические приемы диалога и полемики. В США и Великобритании главным стала оперативность, умение «добыть факты». А это привело к написанию информационных материалов по принципу «перевернутой пирамиды», во многих газетах – анонимности репортеров. В итоге для одних журналистика – это часть общелитературного процесса, где автор выступает в периодических изданиях и имеет дело не с художественным вымыслом, а реальными событиями и явлениями действительности. Для других журналистика – один из каналов коммуникации, используемый в целях распространения через СМИ важной для коммуникатора информации» [7].

Такая бинарность подходов к журналистике не лишает её качеств целостного явления, как бы, разделяя мир на левое и правое полушарие. Право на существование имеет и то и другое.

На современном этапе в стройную теорию западной журналистики прагматически включена политика, следовательно, возрастают и активно

востребованы манипулятивные возможности СМИ, пропагандистские технологии. Индексы достоверности и ответственности снижаются. По мнению Ясена Засурского, президента факультета журналистики МГУ «падение доверия - это один из главных вызовов, с которым столкнулась мировая журналистика» [5]. Можно говорить о перенасыщении, «перегреве» рынка новостей, в котором информация выступает коммерческим продуктом, обслуживающим определенные интересы. Или просто дезориентирует аудиторию, создавая мощный поток необъяснимых явлений и новостей. Грамотный читатель не хочет интерпретации, надеясь из «чистого факта» найти, вычленив, зерно истины. Однако факт, поставляемый аффилированным журналистом, в ряду таких же, специально отобранных и организованных фактов, приводит к другой логике, нужной вещателю факта, но далекой от истины.

«В море новостей мы не найдем нить Ариадны, которая бы вывела нас на реальную дорогу событий. Реальные знания об экономике, политике и других секторах нашего общества, исчезают из поля зрения журналистов, вступивших в гонку за новостями.

Люди получают огромное количество фактов и новостей, но оказываются беспомощными перед лицом меняющегося мира. Эксперты говорят не о гибели газет, а о гибели главной функции прессы – разъяснении сути событий» [6].

На этом фоне интересно знакомиться с тематикой и тональностью материалов зарубежных журналистов о Казахстане. Геополитическое положение нашей страны, а также активный внешнеполитический курс выводят её на высокий уровень «цитируемости» в иностранных СМИ. В контенте наличествуют материалы обоих направлений: «журналистики факта» и «журналистики мнений». Однако с сожалением приходится признать, что американские, например, авторы, выбирают для освещения

негативные факты жизни Казахстана, что уже само по себе демонстрирует позицию и отношение к факту.

Журналист Джоанна Лиллис так начинает свой материал о Казахстане 15 сентября 2011 года: «Политическая репутация президента Казахстана Нурсултана Назарбаева во многом *зиждется* на его заслугах в деле становления и упрочения стабильности в стране в царящей вокруг беспокойной обстановке...» [2]. В материале от 7 сентября тот же автор допускает фактическую неточность, называя Кызылординскую область западом страны [3]. Тональность материала и лексика ясно демонстрируют отношение журналиста.

В публикации «Поздравим невесту (если только жених – не китаец)!» [4] есть строки: «Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев *любит превозносить* обстановку толерантности и межнациональной гармонии как одно из величайших достижений своей республики». Далее следует информация о том, что один из казахстанцев обратился в блог премьер-министра Карима Масимова, («к правой руке Назарбаева», - как пишет журналист), с предложением ввести санкции для граждан, совершающих «такой опрометчивый шаг, как вступление в брак с иностранцем». Далее следует комментарий в легком шутовском стиле: «Беспокоят не все граждане Казахстана, а главным образом «алматинские казашки», *продельывающие этот фокус* «из финансовых соображений». Что же до иностранцев, в массовом порядке устремившихся в Казахстан и завладевающих казахстанскими женщинами в целях обретения столь желанного гражданства, то речь идет, оказывается, о Китае, коим неизменно страшат всех и вся» [4].

В обзоре А.Абировой «Все самое интересное о Казахстане в иностранной прессе» [1] за десять дней одного года можно проследить, какие темы интересны западному читателю: нефть, контроль Москвы, новое присутствие Китая, терроризм и полномочия Президента.

Можно отметить, что взгляд западных журналистов на Казахстан, чаще всего – критический. Мы не отрицаем, что в нашей истории, как и каждого молодого государства постсоветской истории, есть неоднозначные факты развития экономики и государственности. Американские журналисты не преминут напомнить миру о сроке пребывания Президента у власти, количестве нефти, коррупции, уровне свобод и реформирования пенитенциарной системы. Возникает чувство, что порой специально выискиваются негативные факты. Именно они, как кажется некоторым зарубежным аналитикам, отражают состояние дел в республике. Под сомнение ставятся традиционные «козыри» Казахстана: межнациональная дружба, экономическая стабильность, демократические реформы, толерантность, неприятие терроризма и насилия. Все это, несомненно, влияет на имидж страны, уровень её привлекательности для инвесторов и мировой общественности.

Аналогичная ситуация наблюдается и в материалах о России: злословие по поводу выборов 2112 года («рокировка президентов»), участия России в решении сирийского конфликта. Нивелирование политического и экономического значения визита Путина в Германию и Нидерланды в апреле 2013 года (все разговоры лишь о запрете пропаганды гомосексуализма в России) и т.д.

Пытаться изменить взгляды зарубежных журналистов, манеру подачи информации, оградить Казахстан или Россию от подобных эскапад – все равно, что бороться с ветряными мельницами. И это понимают специалисты: языковеды, редакторы, корректоры, которые констатируют демократизацию нравов и соответственно языковых норм, желтизну бульварных таблоидов в мировом масштабе. Журналисты сверяют свои издания со вкусовыми пристрастиями читателей, слушателей, зрителей. Сами СМИ условно разделились на качественные и массовые. Читатели же в массе своей не читают книг, а в газете, журнале, информационных интернет-версиях желают

видеть каждый свое, кто-то лаконичную информацию обо всем происходящем в мире, кто-то откровенные картинки и примитивный текст. Поэтому на протяжении более трех веков существования журналистики не умолкают споры о том, каким должен быть ее язык, стилистика, в чем должна заключаться редакторская правка.

Зарубежная журналистика сегодня представляет собой широкий спектр источников информации, нацеленных на широкого читателя. Среди зарубежных изданий, наряду с бульварными, которые издаются миллионными тиражами и отличаются вульгарностью, разжиганием низменных инстинктов, существуют так называемые серьезные издания для представителей правящих кругов, интеллигенции, чиновников и т.п., издаваемых меньшими тиражами. В соответствии с этим различается и уровень аналитики публикуемых материалов, степень вмешательства редактора в текст.

Современные зарубежные аналитические материалы представляет собой квинтэссенцию официально-делового, публицистического и разговорного стилей. Такая многоголосица обусловлена историческим процессом развития журналистики. Формируясь на заре XVII века, газеты изначально не ограничились функцией информационных вестников, помещая на своих страницах манифесты, очерковую прозу, сатирические произведения. Образцом яркой публицистики и поныне считают газету Жана Поля Марата «Парижский публицист» [9, 87], содержащую революционные призывы и аналитику.

Язык газеты не возник на пустом месте. Как публицистика вобрала в свой арсенал лучшие традиции литературного слова, ораторского мастерства, эмоциональность живой народной речи, богатство фольклора, силу политического манифеста, так и журналистика стремится организовать диалог с читателем интересно, живо, понятно, но качественно и грамотно.

Надо отметить, что все жанры, представленные в конкретных формах медийных текстов, объединяет информационное начало, являющееся сущностной характеристикой журналистского творчества. Информация, выражающаяся в жанрах зарубежной журналистики, имеет разные интерпретированные значения. Это обуславливает выделение отличных друг от друга видовых групп аналитических медиатекстов. Например, в одной группе социальная информация констатируется, комментируется; во второй - посредством выявления характеристик респондентов комментируется, анализируется; в третьей - анализируется, обобщается; в четвертой - анализируется, типизируется, обобщается, облачается стилистическими резервами языка; в пятой - негативная информация облачается сатирическими оттенками.

Традиционно при подготовке, редакторском анализе, оценке аналитического материала обращают внимание на наличие достоверных фактов в их причинно-следственной взаимосвязи, обоснованного прогноза развития явлений, плана действий, связанного с отображаемым предметом. Сила аналитического материала - в обобщениях, опирающихся на развернутую аргументацию. Ведь такой текст излагает итоги исследования, проведенного журналистом-аналитиком.

Работая над статьей, злободневной проблемой, журналист выступает как ученый-теоретик. Он исследует процесс, явление, событие, выявляет причины ситуации, сложившейся в той или иной сфере, оценивает эту ситуацию, определяет тенденции развития. На практике авторы аналитических материалов нередко не дотягивают до этих требований. Зарубежная аналитическая статья отличается большей прагматичностью, политизированностью, меньшей эмоциональностью.

Таким образом, в аналитических материалах обязательны комментарии, сопоставление, взаимосвязь и взаимозависимость фактов, наличие логических выводов, теоретических обобщений, практических

рекомендаций. Именно с точки зрения этих критериев должен оценивать редактор аналитические материалы.

Особого внимания редактора требуют аналитические материалы, комментирующие какие-либо события, явления общественной жизни. Комментарии нередко касаются официальных решений органов государственного управления и поэтому им может отводиться важное место. Их построение имеет различные варианты. Во всех случаях общим является то, что основу составляет фактический материал, который комментируется автором, причем обычно с использованием данных общественного мнения. Авторскому комментарию может предшествовать постановка вопроса. Основанием для этого может послужить редакционная инициатива, письмо или устное обращение в редакцию читателей и т.п. Традиционно комментарий призван популяризировать факты, однако в материалах, которые своим содержанием связаны с официальными материалами, этого нет. Здесь главное - разъяснить ситуацию и показать, что выигрывает или теряет общество или отдельные группы людей в результате действий руководства страны. Не лишены критического содержания такие комментарии выполняют роль средства обратной связи правящих органов с народом.

Очень популярен сегодня среди зарубежных журналистов-аналитиков обзор. Под этим «заголовком» часто публикуются статьи, рецензии. В специальные, и прежде всего научные, периодические издания обзоры пришли из информатики, где они рассматриваются как один из основных видов информационных документов. Высокий авторитет этого жанра определяется тем, что он в значительной мере обеспечивает информативность, емкость изложения.

В современных периодических изданиях этот жанр представлен обзорной статьей, которая представляет собой синтезированный текст, где дается сводная характеристика какого-либо вопроса или ряда вопросов,

основанная на использовании информации, извлеченной из некоторого множества отобранной для этой цели первичных документов за определенное время. Как более сложная разновидность аналитического жанра обзорная статья представляет собой результат аналитико-синтетической переработки первичной информации.

В этой связи актуализируются новые подходы к классическому редактированию. В статье «Расизм в Литве провоцируют журналисты?» журналист пытается разобраться, почему столь много взаимных оскорблений происходит в Интернете?: «Из-за анонимности комментаторы не стесняются в выражениях, а порой призывают к насилию или истреблению целых наций. Агрессивность обоюдная. Со страницы www.kurier.lt мы, например, регулярно удаляем оскорбительные комментарии в адрес литовцев. Аналогичная ситуация на таких популярных интернет-порталах как DELFI, где редакторы просто физически не в состоянии остановить весь поток грязи в отношении различных наций... В любом случае получается, что грызную, вначале во время дискуссий, а потом уже конкретные физические конфликты провоцируют непосредственно журналистские материалы. И, соответственно, чисто теоретически, именно журналист и СМИ, которые он представляет, разжигают рознь и должны нести ответственность» [8].

Таким образом, работу модератора сайта можно назвать «новым редактированием». В режиме он-лайн редактор контролирует контент и стилистику комментариев. Бинарность редактирования проявляется в необходимости не только исправлять и корректировать текст, но и нести ответственность за содержание всего сайта.

Стилистика текстов зарубежных авторов о Казахстане отражает редакционные задачи: информировать, убедить, воздействовать, что увеличивает опасность манипуляции фактами, использования элементов пропаганды. К сожалению, приходится согласиться с тем, что в современных СМИ «содержание оказывается важнее журналистского мастерства... Поток

информационных сообщений призван затемнить, скрыть то, что происходит в мире. Читатели утрачивают целостное восприятие мира, газета превращается в новое средство дезинформации» [6].

Библиографический список:

1. Абирова А. Все самое интересное о Казахстане в иностранной прессе. <http://inosmi>
2. Джоанна Лиллис В Астане развернулась острая полемика о языке. www.eurasianet.org
3. Джоанна Лиллис Астана столкнулась с террористической угрозой. 7 сентября, 2011. www.eurasianet.org
4. Джоанна Лиллис Поздравим невесту (если только жених – не китаец)! 4 сентября 2011. www.eurasianet.org
5. Засурский Я. Взгляд на Восток. //Журналистика и медиарынок. № 2, 2010.
6. Засурский Я. Средства массовой дезинформации. <http://zassoursky.ru>
7. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2002 г.
8. Тарасенко Д. Расизм в Литве провоцируют журналисты? //«Литовский курьер». №19 (689) 2011.
9. Ученова В.В. У истоков публицистики. М., 1987, С. 87.
10. Чигринская Л.Ф. Основы журналистики. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. Тех. ун-та, 2001.

Жуков А. С.

Пензенский государственный университет

ПРОБЛЕМА ВЕРИФИКАЦИИ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ
ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

В настоящее время мы наблюдаем тектонические сдвиги, которые происходят на разных уровнях развития журналистской отрасли: это касается и аудитории, и технологий, и способов доставки информации, и правовых и этических стандартов. Всё это ведёт к пересмотру принципов журналистской деятельности, миссии журналистики, качества и критериев оценки различных фактов, проблем действительности. И, конечно, все эти перемены связаны с развитием Интернета.

Наступила новая веха в истории массовых коммуникаций, когда традиционная журналистика делит медиаландшафт с тем, что принято сейчас называть гражданской журналистикой или журналистикой Web 2.0. Эту новую веху можно назвать периодом колоссальных медиа-перемен.

Сегодня, как мы уже отмечали, наряду с традиционной, информационную поляну заполняет гражданская журналистика. Этим понятием обозначают журналистику, которая делается простыми гражданами в социальных сетях, блогосфере, а также и на сайтах профессиональных СМИ. Гражданская журналистика – это информационные сайты в Интернете, для которых сбор и публикацию материалов осуществляют все желающие.

В России гражданская журналистика имеет одно сильное преимущество: в них публикуется информация, которая не попадает в выпуски традиционных СМИ.

Стремительное развитие технологий привело к тому, что период доминирования традиционных СМИ, когда технологии печати и вещания были доступны только профессиональным медиа, фактически закончился. В эпоху новых медиа, которые ассоциируются прежде всего с Интернетом, каждый может создавать и распространять информацию. Именно поэтому сегодня изменяется модель поведения аудитории и в отношении выбора источника информации, и в отношении доверия к нему.

Более того, та информация, которая публикуется рядовыми пользователями сети Интернет часто становится информационным поводом для СМИ традиционного. И в этом ещё одно новшество и в то же время парадокс современной журналистики. Запись в блоге или на странице в социальной сети профессиональные СМИ используют при подготовки своих материалов, которые публикуются в прессе, транслируются в эфире радио- и телепрограмм.

И этот факт поднимает одну из острейших проблем в традиционной журналистике – проблему верификации информации, поступающей из Интернета и используемой профессиональными журналистами. Актуальность этой проблемы обусловлена тем, что зачастую факты и любые записи, публикуемые в блогах и социальных сетях, используются в традиционных СМИ без какой-либо перепроверки. Отсюда вполне вероятны как правовые, так и этические нарушения в сфере профессиональной журналистики.

Безусловно, сегодня СМИ не могут не учитывать в своей работе такой источник информации, как гражданские коммуникации: блоги, социальные сети. Но гражданская журналистика – это сегмент массовых коммуникаций, в котором вполне возможны домыслы, различного рода искажения информации и, наконец, публикация заведомо ложной информации. Поэтому основная задача традиционных профессиональных СМИ: при использовании информации из блогов и социальных сетей не допускать попадание в материалы того, что может убить доверие аудитории, что может разрушить незыблемый и основной принцип профессиональной журналистики, который заключается в адекватности и объективности информирования.

Популярность гражданской журналистики сегодня чрезвычайно высока не только у интернет-аудитории, но и, как мы уже отмечали, у профессиональных СМИ. В связи с этим примечателен один факт, который доказал состоятельность и популярность гражданской журналистики.

26 декабря 2004 г. на остров Суматра в Индонезии пришла разрушительная цунами, которая повлекла за собой огромное землетрясение. СМИ пытались найти корреспондентов, которые вели бы репортажи с места событий. Но чаще всего аудитории в новостных сюжетах предлагали лишь реакцию власти на сложившуюся ситуацию. Освещение катастрофы изнутри сумели предоставить блогеры, которые были очевидцами событий. Блогосфера была наполнена сообщениями, фотографиями, видео с мест трагедии.

В то же время необходимо отметить, что в некоторых случаях проявился и непрофессионализм блогеров: в Интернете часто распространялись мифы, истории, которые не соответствовали действительности и которые основывались на слухах и непроверенной информации. Часто значительно выигрывая в скорости, гражданские медиа уступали традиционным СМИ в достоверности и качестве информации. Именно поэтому роль профессиональной журналистики не только не утрачивается, но становится ещё более значимой.

Казеева К.С.

Пензенский государственный университет

ОБРАЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

Формирование благоприятного международного имиджа является актуальной и стратегически важной задачей для современного российского государства.

Статистические данные, полученные по результатам массовых опросов и многочисленных независимых исследований, показывают, что сейчас мировое сообщество воспринимает Россию как «второстепенное» государство, в то время как отечественная элита настойчиво стремится

завоевать достаточный авторитет для обеспечения своих национальных интересов на мировой политической арене.

Сложившийся внешнеполитический имидж России на сегодня достаточно противоречив, имеет как положительные, так и отрицательные стороны, но общая его тональность скорее негативна.

Зарубежные СМИ создают образ России как страны с авторитарной, коррумпированной государственной системой, чуждой демократических принципов и гражданских свобод. В сфере внешней политики акцент делается на агрессивное поведение России, которое представляется как «начало новой холодной войны» с Западом. [1, 83]

Наибольшая часть населения ассоциирует власть и политический процесс в целом с фигурой президента. В научной литературе по политической культуре России подчёркивается, что для неё всегда была характерна персонифицированная власть.

Именно эта особенность обуславливает то обстоятельство, что в понимании европейского сообщества имидж нашей страны в целом нередко ассоциируется с личностью конкретного политика и его деятельностью. В нашем докладе представлены выводы на основе проведенного анализа СМИ, интерпретирующих образ России посредством отражения личности политического лидера.

Нами проанализированы периодические издания с 2000 по 2013 гг .

Чтобы соблюсти отведенный для выступления регламент, остановимся только на образе действующего Президента РФ В.В. Путине.

После прихода к власти Владимира Путина в стране стала наблюдаться положительная динамика: Россия отказалась от дальнейшего одалживания денег за рубежом, успешно завершила вторую Чеченской войну и др. Новый лидер страны становится ключевой фигурой в формировании ее имиджа за рубежом, в чем-то противоречивого, но в целом уже позитивного.

В.В Путин с самого начала своей политической карьеры «отстраивал» свой имидж, выделяя себя на фоне предшественников.

Разрушенная страна после Б.Н. Ельцина, неуверенность в завтрашнем дне – такой принял Путин Россию. Он избрал имидж спасителя, «национального лидера» и «волевого борца», способного принимать кардинальные решения, уверенного в своих силах и своей стране: «Будет не так, будет лучше».

Стало очевидно, что у России появился лидер, способный контролировать ситуацию. Это мало кому из иностранных партнеров нравилось, но внушало уважение и отчасти завораживало.

Переломным моментом в коренной перестройке общественного сознания стала политическая рокировка «Путин – Медведев».

Именно в это время, судя по журналистским публикациям, меняется восприятие политической деятельности В. Путина и его личности: рейтинг доверия падает.

Образ политического лидера несет большую символическую нагрузку. Политик, стоящий во главе государства, нередко становится олицетворением определенной идеологии, определенного политического курса. Путин у большинства населения России ассоциируется со стабильностью, к которой в 90-е годы так стремились, но именно эта стабильность в наши дни воспринимается многими как синоним застоя, остановки в развитии.

Несмотря на все это к своему шестидесятилетнему юбилею Владимир Путин подошел одним из самых влиятельных государственных деятелей в мире.

При этом его репутация неоднозначна, а отрицательный рейтинг пока высок. Образ России за рубежом зачастую искажен и не отражает реального положения дел в стране.

Зарубежные страны активно приписывают Путину всевозможные политические ошибки и преступления перед гражданскими свободами, а

реальные достижения не замечают или недооценивают. И на родине, и за ее границами, о чем свидетельствуют материалы СМИ, из живого человека Путин постепенно превращается в бренд, схему, в которой каждый находит то, что хочет найти.

Имидж Путина, формировавшийся на протяжении многих лет, представляет собой удачное сочетание персональных, социальных и символических характеристик, он на удивление динамичен и пластичен. Но его успех определяется отнюдь не только целенаправленной работой помогающих ему профессионалов, а личностными качествами Владимира Путина как политического лидера и гражданина своей страны.

Библиографический список:

1. Коломенский М. К вопросу о формировании внешнеполитического имиджа современной России // Власть. – 2008 г. – №3. – С. 83-84

Ложникова О. П.

Казахский национальный университета им. Аль-Фараби

РОССИЙСКИЕ РАДИОСТАНЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Журналистское сообщество нашей республики сегодня волнует, какое будущее ждет отечественные СМИ со вступлением Казахстана в Таможенный союз и с предстоящим началом функционирования Единого экономического пространства (ЕЭП). Ведь расширение рынка – это увеличение числа конкурентов, а казахстанские радиостанции уже и так на протяжении достаточно долгого времени существуют в условиях жесткой конкуренции, поскольку постоянная борьба за слушателя – это необходимое условие для функционирования радиоканалов. [2, 5]

Ретрансляция российских радиостанций в Казахстане началась фактически с появлением в республике форматного радио. Позывные первой

независимой радиостанции Казахстана – «Радио Максимум» - прозвучали в алматинском эфире 8-го января 1992-го года.

Предполагалось, что в период становления радиостанции содержание программ не будет отличаться особым разнообразием. Основной акцент делался на музыкальные передачи. Ориентиром должно было стать московское отделение «Радио Максимум», которое первые полгода также выходило в эфир в диапазоне УКВ и целыми днями передавало музыкальные программы, изредка разбавляя их короткими информационными блоками развлекательного характера.

В Алматы особая роль отводилась новостям местного значения, а также информации по республике. Что касается формата вещания, то он был заимствован у западных коммерческих радиостанций – «информация+музыка», «формула наиболее емко и точно выражающая сущность современного радиовещания». [1, 15]

К сожалению, по ряду причин экономического и политического характера данной радиостанции сейчас нет в алматинском эфире.

Первый эфир «Нашего Радио» в Алматы состоялся 8 октября 2001 года в празднование дня города. «Наше Радио» заняло волну закрывшегося к тому времени «Радио City», но концепция его вещания была совершенно иной. Аудитория получила самый непредсказуемый и скандальный формат, который в постсоветское время был запрещен к трансляции и вещанию на всей территории бывшего Союза. Музыка, которую можно было слушать и наблюдать за ее исполнением в закрытых местах, на сборище неформалов: «Алиса», «Аквариум», «ДДТ», «Кино», «Бригада С», «Воскресенье» и многие другие эпохальные и современные рок исполнители, 24 часа в сутки звучащие на «Нашем Радио» 104 FM. Создатели радиостанции считали, что люди начали уставать от засилья искусственной поп-музыки, соответственно создавался дефицит той музыки, которая была 10 лет назад. В основном это гитарный рок, гитарная музыка или какая-то поп-музыка достойная этого

формата. И «Наше Радио» решило позиционировать себя как радиостанция, играющая исключительно рок – музыку».

Прежде всего, хочется отметить – «Наше Радио» было очень динамично развивающейся радиостанцией. По данным исследовательских компаний (Comcon, Gallup Media, ВЦИОМ, и т. д.) темпы роста – «Нашего Радио» - значительно опережали аналогичные показатели других станций. Эти данные говорили о стремительном подъеме.

Очевидная положительная динамика развития радиостанции «Наше Радио» и региональной сети была обусловлена и регулярно проводимыми промоушн-компаниями в прессе и на центральных каналах телевидения.

Но, к сожалению, вопреки всем прогнозам, просуществовало «Наше Радио» недолго.

Одной из самых популярных коммерческих радиостанций остается «Европа Плюс Казахстан». «Европа Плюс» является одной из самых крупных радиосетей, вещающих на 181 передатчике и 2 спутниках: Ямал 200 и Intelsat 904. На «Европу Плюс» можно настроиться во многих городах. Она является одним из лидеров среди радиостанций Алматы. Также «Европа Плюс» занимает лидирующую позицию среди радиосетей Казахстана. В эфире можно услышать развлекательные шоу-программы, новости шоу-бизнеса. Радио «Европа Плюс» ведет бесплатно онлайн трансляцию в интернет. «Европа Плюс» ротирует хиты популярной музыки как на русском, казахском, так и на иностранных языках.

Радио «Ретро» начало вещать на чистоте 91,7 МГц, оно было создано на базе московской радиостанции с аналогичным названием и концепцией - русскоязычная музыка прошлых лет.

Радиостанция ориентирована на «нашего» слушателя - т.е. аудиторию всего пространства СНГ, в основном это люди среднего и пожилого возраста. Главный объединяющий аудиторию фактор - ностальгия по прошлому, когда одной из самых слушаемых станций была радиостанция «Маяк».

Цель вещания - не просто развлекать слушателя, притягивая его внимание ностальгическими, забытыми мелодиями, но, скорее возвращать культуру нашей аудитории, культуру старшего поколения. Радио «Ретро» возрождает традиции старого доброго радио с мягкими деликатными ведущими и жизнерадостной светлой музыкой.

В 2010 году Радио «Ретро FM» и «Европа плюс Казахстан» обменялись частотами и форматами для повышения эффективности бизнеса холдинга «Алма Медиа». Между двумя радиостанциями произошел обмен частотами и форматами на территории Казахстана. Теперь на всех частотах, где ранее шло вещание «Европа плюс Казахстан» на территории Казахстана, идет вещание радио «Ретро». И, наоборот, в городской сети 91,7 FM, где ранее вещало радио «Ретро», транслируется «Европа плюс Казахстан».

Обмен форматами, по мнению руководства холдинга, должен увеличить поступления от продажи рекламы на радио. «Ретро» занимает первое место по рейтингу среди радиостанций Алматы. На его долю приходится около половины бюджета радиорекламы города. Радио «Европа плюс Казахстан» занимает пятую строчку этого же рейтинга. Обмен произошел в рамках контракта между «Алма Медиа» и Европейской медиа-группой, которой принадлежит право собственности на оба радио-формата. После обмена форматами службы «Европа плюс Казахстан» занимается распределением рекламных ресурсов радиостанции «Ретро». Также произошло формальное подчинение радиостанции «Европа плюс Казахстан» телеканалу КТК.

Появление «Русского Радио» в Казахстане связывают прежде всего с радио «РИК», которое начало свое вещание в марте 1995 года. Так как рейтинг радио РИК начал постепенно падать, радиостанция перестала себя окупать, было решено купить пакет «Русского радио» и начать его ретрансляцию. Пробное вещание «Русское радио на Радио РИК» прошло с 20 июля 1998г. по 31 июля 1999г. С 20 августа 1999г. станция называется

«Русское радио Казахстан». Позже с распространением радиовещания на Киргизию станция стала называться «Русское Радио Азия».

В свое время «Хабар» создал радиостанцию, вещающую на русском и казахском языках. В отличие от других радиостанций, где существуют только информационные выпуски на казахском языке, радио «Хабар» пропагандировало казахские песни, культуру, в штате радио работали казахскоязычные диджеи, музыкальные ведущие, но было одно «но»... Радио не было прибыльным, и руководство «Хабара» резко изменило концепцию, решив транслировать московскую радиостанцию «Хит FM».

Музыкальная основа - московская станция «Хит FM», информационная - собственная.

Органично вошло в алматинский радиоэфир Love Radio – популярная радиостанция, успешно работающая с 2000 года. Слушательницы Love Radio – молодые, красивые, сексуальные и беззаботные девушки 16-25 лет. Love Radio - это новые программы о музыке и жизни большого города, в которых можно узнать последние светские новости из мира шоу-бизнеса, услышать прямые репортажи с самых значительных событий и интервью с самыми яркими звездами. А также, Love Radio – это по-прежнему самая модная и современная музыка. Музыкальная программа Love Radio 106.6 FM разнообразна и предлагает слушателям легкую популярную музыку различных направлений как российских, так и зарубежных исполнителей. Love Radio не является узко форматной радиостанцией, однако имеет некоторые ограничения в выборе музыки для трансляции (отвергается музыка агрессивного характера). Каждый элемент эфира - музыкальная программа, информационные выпуски или развлекательные программы тестируются на предмет соответствия формату и потребностям целевой аудитории, внимающей радиорекламе. Сетку вещания составляют специализированные музыкальные и развлекательные программы (тематические выпуски новостей).

Рассмотрев проблемы вещания зарубежных радиостанций в эфире Казахстана, можно сделать следующие выводы:

казахстанский слушатель выбирает российские радиостанции в том случае, если находит в их эфире то, чего нет на республиканских каналах;

в казахстанском эфире транслируются только наиболее интересные передачи, новости и реклама даются местные, многие программы просто делаются по образцу российских на местном материале;

соблюдение Закона о языках, предполагающего не менее чем 50 процентное вещание на казахском языке, заставило многие совместные радиостанции пересмотреть свою вещательную политику;

постоянное расширение вещания совместных каналов говорит о том, что эти проекты имеют большое будущее. Даже Казахское радио планирует в рамках единого экономического пространства сотрудничать с радиостанцией «Радио России» [3, 2].

В Казахстане исследование проблемы коммуникации приобрело особую актуальность в связи с радикальными переменами в коммуникативном поле нашей страны. Противоречия современной цивилизации в целом трансформировались в условиях казахстанской действительности, преломляясь через призму таких факторов, как состояния духовно-нравственных ценностей, сформировавшихся в результате распада Советского Союза и коренного изменения содержания и направленности развития общественных отношений, как необходимость интеграции в мировое сообщество и, вместе с тем, сохранение своего историко-культурного своеобразия. Особую значимость исследованию проблемы коммуникаций в Казахстане придают особенности историко-культурной казахстанских традиций, формирующихся под влиянием таких социальных факторов, как многонациональный состав населения, его поликонфессиональность и двуязычие.

Есть твердая уверенность: наши радиостанции сохраняют за собой право

на казахстанского слушателя. Интеграция неизбежна. И если в других отраслях интеграционные процессы только набирают обороты, то медиа-сфера уже давно функционирует в режиме единого информационного пространства. Безусловно, конкуренция будет только усиливаться. Но это не должно пугать СМИ, а, наоборот, должно служить толчком к дальнейшему развитию и укреплению своих позиций на рынке.

Библиографический список:

1. Величенко С.Н. Принцип формата в современном радиовещании и его специфические особенности. Алматы, 2002.
2. Мамраев Б.Б., Акимбаева А.М., Джусупов А.А. Предпосылки и проблемы инновационно-технологического развития информационно-коммуникационных технологий связи в Казахстане. Алматы. 2011.
3. Сидорова М. Казахское радио: 90 лет в эфире//Казахстанская правда. 22.12.2011.

Муқанова Г. К., Бацких Д.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

ЦЕННОСТНЫЙ ДИАЛОГ, К ИМИДЖУ РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Сложившийся стереотип: «Российское образование - лучшее из всех доступных», на самом деле продолжает им быть. Российская Федерация притягивает абитуриентов и молодых ученых, как, своего рода, «Большое яблоко» постсоветского пространства. Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск горят своими огнями и манят возможностями. Мы можем наблюдать тенденцию среди молодых людей, которые выбирают местом дальнейшего «поля реализации» Россию. Это подкрепляется двусторонними договорами, квотами, возможностями, и, конечно, Таможенным союзом.

МГУ, один из лучших вузов России, принимает зарубежных студентов, не ограничивая их в плане гражданства и полученного сертификата об окончании средней школы. Вся формальность заключается лишь в сдаче ЕГЭ и вступительного экзамена в самом вузе. В столице Казахстана функционирует филиал МГУ.

На данный момент, Казахстан имеет крепкие экономические, культурные, научные связи с Россией. Это подтверждается новостями об очередном договоре, подписанном между двумя государствами. Так, 12 февраля 2013 г. завершилась рабочая поездка Министра Образования и Науки Республики Казахстан Б. Жумагулова в Москву. «В ходе визита состоялись встречи главы МОН с министром образования и науки Российской Федерации Дмитрием Ливановым, помощником президента РФ Андреем Фурсенко. В рамках встреч обсужден ряд вопросов по взаимодействию Казахстана и России в сфере образования и науки. В частности, казахстанской стороной поднимался вопрос о расширении возможностей по обучению соотечественников в российских вузах», – говорится в пресс-релизе.

В тот же день казахстанский министр встретился с ректором МГУ им. М. Ломоносова Виктором Садовничим. Были обсуждены вопросы совместных усилий по интеграции образования, науки и инноваций, повышению качества подготовки научных и научно-педагогических кадров, обмену учеными и обучающимися. «По итогам встречи сторонами принято решение о проведении форума ректоров России и Казахстана. Глава казахстанского ведомства предложил посвятить предстоящий форум вопросам формирования евразийского исследовательского пространства», сообщают СМИ.

Сближение культур государств, прежде связанных отношениями «Центр-периферия» в рамках Союза, аналогично взаимоотношениям Британии с Индостаном, - так могут трактовать нынешний этап

сотрудничества политологи и историки. Думается, преимущества российского образования не вмещается в прокрустово ложе категоричных положений. Примером является период, когда вся так называемая «элита» Казахстана, училась лишь в российских вузах. Это не являлось результатом непатриотичности, то была острая потребность в образовании, которую испытывали все, но далеко не все могли её удовлетворить: западные вузы казались недоступным Монбланом.

Так сложилось, что к 70-м гг. XX века национальная политическая элита Казахстана и значительная часть научной интеллигенции почти полностью состояла из выпускников российских вузов. Это имеет свои плюсы: мы имеем в своей истории много выдающихся имён, которые, в свою очередь, продвинули казахстанскую науку и образование.

Казахстан и Россию объединяет огромный континент – Евразия. Соответственно, международное сотрудничество в его пределах и вовне, неизбежно [1]. Сделаны весомые шаги к сотрудничеству, в результате которых Российские вузы готовы принимать казахстанских студентов. Только в этом году квот на бесплатное обучение выделено в размере 275 чел. Да, это небольшие цифры, но они есть, и даже 300 человек, это уже хорошо.

Речь не идет о пропаганде или PR, это все нетрудно найти на веб-странице любого вуза, в разделе «Абитуриенту». Для профессионалов журналистики важнее сам факт сближения культур, взаимопроникновения в сознание россиянина идей казахстанца, и наоборот. Как факт, бурное общение в социальных сетях ровесников: здесь рассказы и увлечения, эмоции, мечты – словом, целая жизнь, которую можно синтезировать и взрастить в условиях иного менталитета и культуры.

Даже в условиях мирового кризиса и финансовых трудностей казахстанские родители стремятся обучать детей за рубежом, стремясь получить достойное образование за приемлемые деньги. Именно поэтому в

данное время мы можем проследить динамику спроса на Российские вузы, в то время как модные вузы США и Великобритании отошли на второй план.

Свободная конкуренция, в которую Казахстан вошёл в 1990-е годы, дала о себе знать в оплате за обучение. Примером тому может являться КИМЭП - Казахстанский институт менеджмента, экономики и прогнозирования (Алматы), который считается одним из самых дорогих вузов страны. Руководство вуза планирует поднять оплату за обучение на 16 процентов, но при этом сокращает 23 иностранных преподавателя. В КазНТУ им. Сатпаева (Политех) обучение подорожало более чем в два раза. В среднем, только алматинские вузы подняли стоимость образовательных услуг от 15–30 до 80–100 процентов.

Это является немаловажной причиной того, почему казахстанские студенты предпочитают вузы России. Те же знания, но финансовые затраты порой меньше, особенно в маргинальных /пограничных областях.

Отчасти проблемы, затронувшие систему высшего образования Казахстана, присущи и нашему северному соседу [2]. В России выше конкуренция между специалистами по ряду причин, и это позволяет вузам, заботящимся о своем добром имени, отбирать лучшие кадры. Как следствие, научно-исследовательская работа выведена на более высокий уровень, а ведь именно она на Западе является одним из основных критериев рейтинга вуза.

Хотя - недавний скандал в российском МОН в связи с плагиатом при защите диссертаций на соискание ученой степени, несколько снизил доверие к транспарентности этой процедуры. Сами российские вузы весьма активны на казахстанском рынке. PR-акции и профориентационные мероприятия играют свою роль [2]. К примеру, СГУПС и ТУСУР. Представители данных вузов приезжают в большие города Казахстана, такие как Алматы, Астана и другие, проводят занятия на подготовительных курсах за приемлемую цену, принимают экзамены с возможностью последующего зачисления в бюджетные группы. Российские приграничные вузы открывают филиалы в

Казахстане, принимают активное участие в образовательных выставках, создают представительства, которые обеспечивают деятельность приемных комиссий, позволяющих выпускникам поступать, не выезжая из родного города, еще до официального окончания школы.

Получение образования за рубежом на данном этапе – одна из реальных возможностей стать по окончании вуза знающим и востребованным на рынке труда специалистом. Что касается казахстанских вузов, то рано или поздно рынок должен отрегулировать сложившуюся ситуацию. В настоящее время в РК идет реформа по сокращению количества частных вузов в стране [3, 5].

Хороший вуз – одна из составляющих достойного образования и культурного роста. Очень многое зависит от самого человека: мотивированный на получение знаний студент всегда может стать грамотным профессионалом. Перефразируя известную народную мудрость, «на вуз надейся, но и сам не плошай». Диалог культур и их ценностного содержания должен состояться.

Библиографический список:

1. Кайгородцев А.А., Канапинов С.Б. Сотрудничество Казахстана и России в сфере образования и науки // Коммуникативная площадка G-Global - <http://www.group-global.org/publication/view/1999>
2. «Студентов из СНГ надо активнее привлекать вузам России», интервью с проректором ГУ-ВШЭ Татьяной Четверниной. - <http://rmataf.ru/>
3. Бакытжан Жумагулов нашел противников сокращения вузов в Парламенте и правительстве - http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/bakytjan-jumagulov-nasel-protivnikov-sokrascheniya-vuzov-parlamente-230740/
4. Составлен мировой рейтинг вузов – Россия не попала в первую сотню: 16.03.2012 - <http://www.vesti.ru/doc.html?id=742516>

5. В Казахстане много вузов, особенно частных, которые не обеспечивают качественную подготовку специалистов 13 марта 2013, 15:30
[Информационная служба ZAKON.KZ // www.zakon.kz](http://www.zakon.kz)

Муканова Г. К., Нуржанова Ш. С.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА

Знание о социокультурном многообразии пользовательской аудитории в выстраивании межгосударственных отношениях, посредством медиа, играет определенную роль.

Заинтересованные в создании позитивного имиджа государства журналисты и специалисты-PR безусловно должны обладать знаниями социально-психологических и правовых аспектов на всех этапах процесса, от появления идеи до ее воплощения.

Историки, культурологи, социологи, политологи, праведы могут оказать действенную помощь команде имиджмейкеров в решении поставленных задач. Междисциплинарный тандем способен реально готовить основания для:

- формирования установки на доверие со стороны жителей смежного государства;
- использования ценностных установок отдельных социальных групп;
- использования позитивных моментов в прошлом; привлечения и удержания внимания собственно диаспоры;
- формирования коммуникативных площадок для диалога в новых условиях.

Серьезный вклад в систему Public Relations гуманитарии делают в области привлечения и удержания внимания потребителей. Существуют

различные профессиональные приемы, которые используются PR-профи. Один из важнейших принципов действия - выделение общих моментов на историческом фоне.

Если надо привлечь к чему-то внимание, то можно приукрасить объект («сделать героем») – так произошло с памятником казахскому поэту и мыслителю Абаю Кунанбаеву в столице России (2012 г.). Лозунг «Абай окупай!» звучавший не понятно, но в рифму и с рефреном имени классика казахской поэзии, привлек достаточно большое внимание в социальных сетях к данной акции.

Надо отметить, что способ информирования об объекте PR путем размещения знака или логотипа в центре листа, слайда, баннера стал штампом. К этому способу прибегают организаторы научных конференций, диалоговых площадок в сети.

Использование определенного цвета также может вызвать нужный результат, например, для привлечения внимания традиционно используется цвет государственной символики. («триколор» Российской Федерации, «желто-блакитный» Украины, бирюзово-золотистый (голубого неба и колосьев пшеницы, солнечных лучей) Республики Казахстан и т.д.)

При формировании установки на доверие со стороны пользователя, журналист и имиджмейкер должны «отработать» факт существования социальных стереотипов.

Стереотип культуры или поведенческий стереотип конкретен. Это зачастую может быть предубеждение – предвзятое отношение потребителя информационного продукта к иноземным, иноязычным каналам информации, продвигаемым темам, идеалам, мессиджам, иноконфессиональной заточенности информации.

Стереотипы различают как положительные, так и отрицательные.

При решении конкретной задачи необходимо прогнозировать, как выявленные типовые отрицательные стереотипы потребителя в данной

ситуации помешают адекватному восприятию информации? И равно как эти стереотипы можно скорректировать с учетом имеющихся знаний и инструментов?

Для эффективного использования психологических особенностей отдельных социальных групп необходимо учитывать этнокультурные характеристики аудитории. Например, если молодежь, согласно возрастным особенностям, склонна вести активный образ жизни, то пожилые люди предпочитают стабильность во всех этносах.

К особенностям восприятия на Востоке можно отнести, например, реакцию на определенный цвет (белый – цвет траура в ЮВА), ориентацию на внешний имидж (мусульманки, иудея и т.п.), эффект привыкания и т.д.

Красный цвет полотнища вызывает ностальгию по советским временам, он же психозэмоционально побуждает к действию. Общие платформы памяти: Великая Победа и грядущее празднование 70-летия события способны сплотить поколения, потерявшие дедов, отцов, братьев на полях сражений. Поэтому деятельность обществ «Мемориал», «Память», а также воинов-интернационалистов и «чернобыльцев» вызывает понимание и социальный резонанс повсюду в СНГ.

Краткие слоганы, сопровождаемые позитивным видеороликом («Россия – щедрая душа!») вызывают привыкание и привычку приобретать определенную продукцию.

Внушение может быть эффективным, если определенное сочетание нужного тембра голоса, цвета глаз и т.п. заставляет слушателя доверять источнику информации (дикторы новостных программ на Первом канале не меняются годами именно по этой причине). «Лица» страны привлекается к участию в разного рода шоу тоже по этой причине.

Возникновение и существование различных интерпретаций одних и тех же событий часто связаны с определенными личностными особенностями людей, определяемых так называемыми “ролями” и “сценариями”

конкретного человека. Выявлением подобных ролей и сценариев, их коррекцией занимается транзактный анализ - одно из поздних психоаналитических направлений, разработанное в середине прошлого века американским психиатром Э.Берном.

Транзактный анализ исходит из того, что у каждого человека есть свой “сценарий” - план деятельности, определенная роль в этой деятельности. Выбранный сценарий и определенная роль и в дальнейшем изменяются с большим трудом. В соответствии с этими сценариями человек может быть “победителем” или “жертвой”, “преследователем” или “преследуемым”, его сценарий может заставлять делать ошибку в самый ответственный момент или, наоборот, находить выход из самого тяжелого положения.

Психологи подсказали PR-специалистам об “эффекте края”: слоган и броское изображение в начале и побуждение к действию в конце обращения.

Оказалось, лучше всего человек запоминает то, что встретилось в самом начале и конце его деятельности. Полученная первичная информация и эмоция будут долгое время корректировать всю последующую информацию о PR-объекте. Емкость оперативной памяти человека 7 плюс, минус 2 простых объекта (типа букв, цифр) – «эффект Миллера». А для сложных объектов (типа образов, доводов, сравнений) - всего 4 плюс, минус 2 (эффект Эльштейна). Поэтому количество эмоционально-смысловых ударений в одной PR-акции целесообразно иметь в пределах 3-5.

Интересный факт, выявленный психологами: услышанная информация более эффективна, нежели прочитанная. Неоднократные проверки показывают, что мозг способен воспринять произнесенное слово за 140 миллисекунд, а на понимание печатного слова требуется 180 миллисекунд.

Слушать сообщение - более эффективно, чем читать. Во-первых, произнесенное слово дольше хранится в мозгу, позволяя лучше следить за мыслью. Во-вторых, тембр человеческого голоса сообщает словам эмоциональность, недостижимую никаким изображением. Потому так

популярны ныне телемосты, видеоконференции, как данная видеоконференция между КазНУ им. аль-Фараби и Пензенским госуниверситетом, давая возможность соблюдения нормативов дистанционной коммуникации.

С развитием культуры Public Relations и повышением требований к профессионализму имиджмейкеров, знания в области социальных наук все больше будут востребованы в творческом процессе создания имиджа.

Библиографический список:

1. Fan, Y. (2002) "The National Image of Global Brands", *Journal of Brand Management*, 9:3, 180-192, available at Brunel.ac.uk
2. Holt, DB (2004). "How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding" Harvard University Press, Harvard MA
3. Klein, Naomi (2000) *No logo*, Canada: Random House, ISBN 0-676-97282-9
4. Martins, Jose Souza (2000) *The Emotional Nature of a Brand: Creating images to become world leaders*. Brazil: Marts Plan Imagen Ltda.
5. Olins, Wally (2003). *On Brand*, London: Thames and Hudson, ISBN 0-500-51145-4.
6. Schmidt, Klaus and Chris Ludlow (2002). *Inclusive Branding: The Why and How of a Holistic approach to Brands*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, ISBN 0-333-98079-4

Мухамедиева Н. Б.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

РАЗВИТИЕ РОССИСКОГО ШОУ-БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

ШОУ-БИЗНЕС (show business) – коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ. В узком смысле слова шоу-бизнесом называют

исполнение музыкальных номеров, рассчитанных на массовую аудиторию. Однако в более широком смысле слова к шоу-бизнесу относят не только музыкальную эстраду, но и многие другие близкие к ней по функциональному назначению виды деятельности: киноиндустрию, зрелищные спортивные состязания, развлекательные телепередачи, конкурсы красоты и даже музыкальное радиовещание. Наконец, в предельно расширительном истолковании говорят, что шоу-бизнес – это реклама, оптовая торговля и индустрия музыкальных и информационных программ, производство и тиражирование фильмов, фонограмм и аудиовизуальной продукции, коммерческая организация эстрадных групповых и индивидуальных выступлений актеров, певцов, торговля авторскими и смежными правами, создание музыкальных и видео-клипов, рекламных фильмов, буклетов, афиш, проспектов и прочего.

Как развивается шоу бизнес Казахстана, какие идеи? В нашей стране зарубежный шоу бизнес быстро развивается чем, самого народа, и они обрели всю нашу психологию. Например, возьмем не далеко Россию, Российский шоу бизнес развивается в Казахстане очень быстро. Возникает вопрос «Почему?», «Или Российский шоу бизнес уже на уровне мира?» «Или нет идеи наших соотечественников».

Как развивается шоу бизнес Казахстана, какие идеи? В нашей стране зарубежный шоу бизнес быстро развивается чем, самого народа, и они обрели всю нашу психологию. Например, возьмем не далеко Россию, Российский шоу бизнес развивается в Казахстане очень быстро. Возникает вопрос «Почему?», «Или Российский шоу бизнес уже на уровне мира?» «Или нет идеи наших соотечественников».

В 90-х годах, когда только начиналось развитие шоу бизнеса России, Российские профессионалы: «Чтобы развивать шоу бизнес нужно прекратить действие как Андрей Разина» приняли такое решение. Потому что, влияние Лаского мая многое время до 1995 года не развивался шоу бизнес в России.

Если по точнее, в чувствах слушателей Лаского мая снизил вкус народа, и интересы повернули в другое направления. В это время народу ничего не было нужды. В то время рушился Советский Союз и социальное состояние народа было очень низким. В этих трудных временах, народ мог слушать только Ласковый май и его грустные песни, а других песен народ не стал воспринимать.

На самом деле, Россия – большая империя у кого есть 500 млн слушателей. Потребители русского языка есть в Америке и даже в Европе. Например, возьмем один Берлин, в нем живут 300 тысяч русскоязычных народов. В Северной Корее половина говорят на русском языке. И это политический - экономический, по социальной необходимости народа. Я хочу сказать, если иметь много количество слушателей, можно спокойно развить шоу бизнес. То есть, если выйдет русская песня хоть 500 млн. русскоязычных, хоть из них 200 млн. будут слушать. Вернемся к нашей ситуации. Мы говорим, что нас 10 млн. казахов, из них 2 млн. живут на внешней стороне, 3 млн. казахов образованные на русском языке, слушают русские песни. А слушателей казахских песен из 5 млн., 2,5 млн. составляют подростки и пожилые люди. Старшие, конечно, любят слушать ретро и народные песни. В итоге современного шоу бизнеса Казахстана у нас остаются 2 млн. людей, которые занимаются этим.

Например, кто основную роль играют на подходе юридических услуг шоу бизнеса? Конечно, Америка, Англия, Европа. Если мы хотим развить наш шоу бизнес на уровне мира, то мы не можем посчитаться с ними. То есть, на каких инструментах они играют, как делают аранжировку, это нужно учитывать. Вы в данный момент не встретите 99 процентов русских песен на балалайке или на баяне. Мы, наоборот 99 процентов наших песен мы спрятали нашу домбыру и кобызу. Может наш народ действительно скучает 70 лет по кобызу и домбре. Трио «МузАрт» хорошо используют народные инструменты. Но всему свое время. Чтобы выйти на мировой уровень, нам нужно многие

вещи по другому. Например, мы не можем отправить наших эстрадных звезд как международный конкурс Юрмалу. Если отправляем они так же поют на русском или на английских языках. Наши Казахстанцы не поют на казахском вот наша большая ошибка.

Можно увидеть на международном уровне как Бейонс, Bad Street Boys, Элтон Джона. В реальности оригинал эстрады и шоу бизнеса находятся в Англии, Америки, древней земле Европы. Да, мы дублируем, копируем! Но мы должны как то, потягиваться к ним. Есть одно мудрое слова Абая хоть не быв им, стараися быть похожим. Конечно, композиторство первый дар и талант Аллаха. Каждый человек считающий себя композитором, должен слушать зарубежную или россискую музыку. Сидя и играя на гитаре, в селе, нельзя припивая что то придумать. Умение слушать – это тоже искусство. Выбирать лучшие моменты этой музыки это – настоящие мастерство. Это - не воровство. Например, если ты знаешь язык, народа, значит ты понимаешь культуру народа. Это на подобии этого. Наступила глобализация. Мы должны шагать в ногу с глобализацией. И нам можно одолжить их аранжировку и обогатить наши песни.

Россиский шоу бизнес в Казахстане очень хорошо развивается. Наши соотчественики не виноваты нашей историй, слушав Россиских песен, смотрев русские фильмы. Но нашей стране уже более 20 лет независимая страна. Ну, все таки в Казахстане все больше рейтинга Россиских телепередач и много спросов без спорно.

Негизбаева М. О.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

РОЛЬ PR В СОЗДАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ

Казахстан стремится к развитию цивилизованных отношений в мировом хозяйстве. Развитие конкурентных преимуществ в производстве,

научно-технических и информационных отраслей, социальное развитие определяет уровень самодостаточности государства и служат его «визитной карточкой». Казахстанское бизнес-сообщество не может развиваться лаконично, только внутри государства. Сложившиеся международные отношения говорят об экономических и политических успехах страны, об умении выстроить цивилизованное, грамотное сотрудничество. О сформировавшемся имидже государства за ее пределами Президент Нурсултан Назарбаев сказал: «Казахстан рассматривается в мире как региональный лидер, обладающий сильной экономикой и солидной позицией в международном сообществе. Мы должны гордиться и ценить этот имидж и прилагать дополнительные усилия для улучшения репутации нашей страны в современном мире» [1].

Заслуженно большое внимание уделяется сегодня вопросу социальной ответственности государства и бизнеса как актуальному аспекту стабильного развития республики. Востребованные временем социально значимые проекты и условия развития компании активно обсуждаются, планируются, реализуются. Бизнес-сообщество должно не только удовлетворять потребности населения, но и создавать условия для улучшения окружающей среды, благосостояния людей, поддерживать интересы общества. Принимая во внимание реальную практику бизнеса, можно сказать, что существуют две модели социального PR в Казахстане: благотворительность и бизнес, действующий социально ответственным способом.

Концепция социальной ответственности должна строиться в зависимости от размера и дохода компании. В казахстанской практике, социальный PR зачастую отождествляется с одноразовыми благотворительными акциями или спонсорством и имеют эффект рекламы.

Отечественная социальные PR-коммуникации заявила о себе в начале XX столетия. При участии в социальной рекламе компания экономит 80-90% рекламного бюджета, и получает такой же результат как при проведении

коммерческой рекламы. «Социальная реклама появляется, как правило, из того же «цеха», который производит рекламу коммерческую. Причем создатели признают, что производители «социалки» - это показатель профессионализма и творчества, поскольку социальная реклама должна вызывать сильные эмоции, будь то радость, негодование, страх или даже шок. По силе свое воздействия такое послание должно быть гораздо мощнее, чем реклама стирального порошка или нового ресторана» [2]. Тенденция складывается такая, что рекламные агентства чаще отказываются от разработки коммерческой рекламы, которая все больше вызывает отвращение однообразием и с удовольствием занимается социальной тематикой, дающей гораздо больше возможностей для развития креативного мышления и генерирования полноценных творческих идей. Эффективность социального PR-проекта также сложно оценить как и рекламу. PR-проекты не обещают моментального успеха, они являются залогом дальнейшего качественного и эффективного развития компании.

Состоявшаяся рекламная кампания LG с призывом покупать ее продукцию и тем самым помочь детям больным лейкемией, больше похожа на спекуляцию. Благотворительность без громкого заявления названий компаний можно назвать действительно выражением благородного отношения к нуждающимся в этом людям и общественным проблемам. А когда название торговой марки или название организации занимает больше места на рекламных щитах, на экране телевизора, в газетном или журнальном рекламном модуле, это скорее коммерческая реклама, нежели забота об обществе.

С развитием высоких технологий и конкуренции потребительский спрос постоянно меняется, и соответственно, повышаются требования. Сейчас качество продукции не является преимуществом, это естественный фактор. «Потребителю сегодня важно: является ли продукция безопасной, экологически чистой, а также не создана ли продукция с нарушением

трудовых норм и международных конвенций по правам человека. Действительно потребитель несет частичную ответственность за потребляемые им продукты, так как он может поощрять сознательно или нет производство с нарушением принятых международных норм и конвенций по правам человека [3].

А казахстанское бизнес-сообщество будучи социально ответственной должно эффективно и плодотворно работать, тем самым внося вклад в экономику страны и пополняя ряды конкурентоспособных компании, и создавать благоприятные условия для сотрудников, партнеров. Таким образом, социальная ответственность сегодня стала приоритетной задачей и одним из основных элементов PR стратегии компании.

Задачей социального PR является контроль за качеством выпускаемой продукции, оказываемой услуги, контроль за соблюдением экологических норм и проведение других социально-ориентированных мероприятий. Представители государственных органов и власти в последнее время довольно часто говорят о необходимости социально-ориентированной политики. Развитие и процветание нашего государства требует улучшения социального климата в рабочих коллективах и придании «человеческому фактору» особого значения. Многие крупные национальные кампании и менеджеры среднего уровня работают в направлении социально и национально-ориентированной политики.

Сегодня общественные и коммерческие организации, финансовые институты строят свою деятельность на принципах транспарентности и открытости для общества. Ежедневно на страницах прессы или в эфирных каналах передачи информации публикуются спонсорская и благотворительная деятельность различных организаций. Финансовые институты активно спонсируют школьные учреждения, мероприятия по проведению интеллектуальных Олимпиад, оказывают материальную помощь детским домам.

PR как внутри организации, так и вне - ответственная деятельность: информация, передаваемая PR службой помогает формировать внешнюю среду, и информация о политике компании формирует внутреннюю среду. Приоритеты при грамотном ведении бизнеса должны отдаваться общественным интересам.

Социальное партнерство – эффективный способ урегулирования социально-экономических проблем. В Казахстане реализация принципов социального партнерства является необходимой составляющей государственной политики. Сформированы основные механизмы развития социального партнерства и действуют законодательная база (Закон «О социальном партнерстве в Республике Казахстан») и Республиканская трехсторонняя комиссия в составе представителей Правительства, объединений работодателей и предпринимателей, объединений работников (профсоюзов). Подписываются трехсторонние соглашения, исполнения которых отслеживается сторонами соглашений [4]. Как говорилось выше, социальные программы не дают быстрой отдачи, но повышают имидж компании среди населения. А в социально ориентированной компании, как показывает практика, сотрудники добросовестнее и эффективнее работают.

Постепенно казахстанское общество и бизнес-сообщество начали понимать значение и необходимость благотворительных работ. Но в обществе существуют противоположные мнения по поводу количества и качества проводимых благотворительных мероприятий. Например, А. Саин, Президент благотворительного детского фонда «ДОМ» считает: «Благотворительность в Казахстане становится массовой...» (31 канал, Информбюро 13.11.2007). Другой точки зрения придерживается журналист «Exclusive» Я. Разумов: «В Казахстане сегодня существует сильный дефицит социальной благотворительности; как системы ее фактически нет, и нет понимания ее необходимости» [5].

Благотворительность существует тогда, когда происходит социальное расслоение (богатые и бедные). Зачастую благотворительность переплеталась с теми же социальными и политическими проблемами, которые этим расслоением порождались. Идея благотворительности универсальна, и присутствует в том или ином виде в догматике практически всех мировых религий. Признаком незрелости или инфантильности является ее малое присутствие в обществе, фрагментарность, несформированность [5].

Если говорить о роли журналистики в современном обществе, она заключается не только в информировании общественности, но и в осуществлении важных социальных коммуникативных действий - формирует жизненные ценности и общественную культуру, воспитывает и просвещает молодое поколение, обеспечивает досуг населения, пропагандирует здоровый образ жизни, оказывает психологическое воздействие при происходящих в республике процессах и событиях. Таким образом, и журналистика и социальный PR, воздействуя на общественное сознание, формируют определенную модель поведения, с которым человек выезжает за рубеж и является послом своей страны. Имидж одного человека в глазах зарубежной общественности иногда может предстать имиджем всей страны.

Библиографический список:

1. Мечты – потребителям, сказки – сотрудникам // МТУ. - 2007. - №10. - С.10-11
2. Добрая воля +ПР // Демеу. - 2007. - №2. С.21-24
3. Алимбетова Е. Система социально ответственности – двойная выгода // Успех. – 2006. - №3. – С.16-17
4. Государство, бизнес и общество: поле для инноваций // Успех. - 2006 - №2. - С.6-7
5. Разумов Я. Да не исчезнет рука дающего // Exclusive. - 2005. - № 10. С. 65-67

ИМИДЖ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ КАЗНУ ИМ. АЛЬ-ФАРАБИ В
МЕЖДУНАРОДНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Казахский Национальный университет имени аль-Фараби – крупнейший вуз Казахстана, где обучается свыше 15 тысяч студентов. На современном этапе КазНУ в рейтинге GS занимает 390 место. Казахский национальный университет им. аль-Фараби на сегодняшний день имеет более 200 договоров о сотрудничестве с университетами и организациями таких стран как США, Великобритания, Россия, Корея, Япония, Турция, Китай, Франция, Германия, Испания, Италия, Индия, Польша, Египет, Малайзия, Австрия, Венгрия, Швеция, Швейцария, Чехия, Португалия, Бразилия, Украина, Болгария, Греция, Израиль, Кипр, Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты и др.

Университет предлагает уникальный университетский городок в 100 гектаров, где студенты, преподаватели и гости могут найти 14 учебных корпусов, 13 общежитий, крупнейших научных библиотек в Центральной Азии, музеев, спортивных и рекреационных зданий, столовых и других современных средств, чтобы обеспечить высокое качество образовательных услуг и условий жизни. Международная деятельность Казахского национального университета, созданная для содействия развитию и реформированию высшего образования на основе интеграции в мировое образовательное и научное сообщество, является частью программы сотрудничества с ведущими университетами и мировыми центрами исследования в таких областях как реализация совместных образовательных программ и проектов, совместная исследовательская деятельность, академическая мобильность, реализация международных

образовательных программ и проектов, организация рабочих совещаний, семинаров и конференций.

В КазНУ активно работает программа внешней академической мобильности и программы двудипломного образования. Каждый студент и магистрант имеют право изучить определенные дисциплины в зарубежном вузе-партнере, данные дисциплины при положительной оценке будут перезачтены в транскрипт студента.

Учебные планы по каждой специальности возобновляются ежегодно, что позволяет факультету создавать совместные образовательные программы с зарубежными вузами.

С 2009 года Казахский национальный университет перешел на экспериментальную программу обучения студентов. Университет разработал макет образовательной траектории, который дает свободу факультетам при структуризации учебного процесса. Минимум обязательных дисциплин, максимум элективных дисциплин – таковой была политика университета при разработке макета стандарта для всех специальностей. Разработка учебных планов по данному макету способствовала академической свободе студентов, предоставляла возможность каждому факультету строить собственную траекторию обучения, приближенную к мировым стандартам. На основе экспериментального стандарта, разработанного руководством КазНУ, в 2011 году МОиН РК разработало новый макет ГОСО, позволяющий каждому вузу самостоятельно строить свою образовательную программу. В течение четырех лет выпускник бакалавриата должен освоить 129 кредитов, что позволит ему быть профессионалом в своей области. Заложенные в новом макете обязательные 20 кредитов базовых дисциплин и 5 кредитов профильных дисциплин закладывают основу профессии, позволяя развивать специализации, делая акцент на то или иное направление.

Основная цель образовательной программы подготовки бакалавров по всем специальностям - « воспитание в духе патриотизма, дружбы народов Республики Казахстан, уважения к различным культурам, традициям и обычаям, формирование общечеловеческих и социально-личностных ценностей выпускника, формирование экологической, физической, этической, правовой культуры, культуры мышления, языковая подготовка бакалавра, формирование фундаментальных знаний, необходимых для усвоения профессиональных дисциплин, формирование теоретических и практических знаний, умений и навыков, необходимых для их реализации в профессиональной деятельности» [1]. Образовательная траектория строится на основе компетентного подхода. Инструментальные, межличностные, системные компетенции позволяют выработать способность к анализу, синтезу, планированию, критике и самокритике, обретению базовых знаний и т.д.

Каждая образовательная программа создается в соответствии с реалиями времени. В современном мире мобильности, глобализации и компьютеризации стал вопрос о переходе образования на модульную систему обучения, которая предполагает развитие системы образования с целью ее интеграции в международное образовательное пространство.

Содержание образования в бакалавриате должно быть нацелено на хорошую базовую подготовку специалиста, где будущий специалист получает фундаментальные знания по основным направлениям журналистики. Весь процесс обучения должен быть построен таким образом, чтобы обеспечить выпускника-бакалавра общей интегральной методологией профессиональной деятельности для того, чтобы он мог самостоятельно мыслить, направлять свою творческую деятельность, заниматься самообразовательной деятельностью.

ГОСО устанавливает требования к образовательным программам, которые должны обеспечить получение соответствующего высшим мировым

достижениям уровня образования – знаний, навыков. Стандарты предназначены для достижения высокого качества образования обучающихся, создания системы контроля за эффективностью работы вузов.

Коллектив факультета журналистики, опираясь на собственный опыт работы в системе подготовки журналистских кадров, выбирая все лучшее из мирового опыта создания образовательных программ по подготовке журналистов и, учитывая стремительное развитие высоких технологий, разработал образовательные программы по специальностям 5В050504 - «журналистика», 050422 – издательское дело, 5В051400 – связь с общественностью, предполагающие подготовку конкурентоспособных профессионалов в области журналистики, связи с общественностью и издательского дела. Образовательные программы направлены на то, чтобы диплом выпускника по вышеназванным специальностям был конвертируем в международном образовательном пространстве. В связи с этим были изучены учебные программы европейской и американской школы журналистики, акцент при структуризации госстандарта был сделан на модель учебной программы, разработанной ЮНЕСКО и предложенной мировому журналистскому сообществу. При разработке образовательных программ также учитывались рекомендации представителей производства. Соответствие основы содержания мировым стандартам позволила бы студентам казахстанских вузов свободно переводиться с одного вуза в другой в мировом пространстве, позволила бы сократить разницу в перечне изучаемых на определенном курсе дисциплин. С этой целью были изучены программы многих вузов и выбран наиболее оптимальный для казахстанского общества перечень обязательных базовых и профильных дисциплин.

Базовые дисциплины призваны сформировать творческую основу профессионального журналиста, познакомить его с будущей профессией.

Модульные дисциплины служат базой для формирования студентом собственной траектории обучения, который выбирает ту или иную специализацию – спортивную журналистику, экономическую, политическую, юридическую и т.д. Госстандарт позволяет каждому вузу строить собственную модель образования, делая акцент на одной или нескольких сферах журналистики.

Аналогичная картина наблюдается при создании образовательной программы по специальности «издательское дело». Факультет журналистики КазНУ имени аль-Фараби является первопроходцем в подготовке кадров для издательств. Базой подготовки специалистов-издателей является кафедра издательского дела и дизайна СМИ – первая и единственная кафедра, занимающаяся подготовкой профессиональных кадров издательского дела. В процессе обучения студент получает разносторонние знания. В образовательной программе по специальности «издательское дело» предусмотрены дисциплины по дизайну, верстке, обучающим компьютерным технологиям, печатным процессам, экономике книгоиздательского процесса, рекламе и маркетинговым мероприятиям в книгоиздании. То есть выпускник после получения полного курса обучения умеет самостоятельно создать печатную продукцию – книгу, газету, журнал и др. Он становится универсальным издателем, способным выполнять и редакторскую, и техническую работу, а также руководить издательством и проводить маркетинговые мероприятия.

Образовательная программа по специальности «связь с общественностью» является наиболее востребованной в данный момент на медиарынке Казахстана. В стране катастрофически не хватает специалистов по коммуникациям, по связям с общественностью. Эту нишу пытается восполнить кафедра ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью, которая занимается подготовкой медиаменеджеров, специалистов пресс-служб, ПР департаментов. Разработанный коллективом

автором факультета журналистики государственный стандарт по специальности «связь с общественностью» направлен на восполнение этой незаполненной ниши на рынке Казахстана. Ведь ПР- это стратегическая функция менеджмента.

Таким образом, образовательные программы факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби разработаны в соответствии с требованиями времени и позволяют студенту самостоятельно строить траекторию обучения, развивать академическую мобильность, изучая определенные дисциплины в вузах–партнерах.

Ногайбаева Ж. А.,

Есхуатова Н.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ:

ТРЕНИНГОВЫЕ ИГРЫ

Тренинг-игры в начале XXI века вызвали повышенный интерес со стороны общества потому, что само слово «игра» настраивает людей на позитивный лад. Студенты более охотно принимают участие в учебном процессе.

Все чаще задаемся вопросом о причине стремления студентов не к стандартному виду обучения, а к игровым занятиям и вывод напрашивается следующий – это влияние телевидения и Интернета. Проблема получения знаний непосредственно через книги отступает на второй план. Студенты все чаще получают информацию из Интернета. И визуальный вид подачи информации на основе видеоряда способствует с одной стороны скоростному методу получения информации (экономия времени), но с другой стороны, освоение сжатой информации, основанной на визуальных картинках и видеоряде. Общество стремится получить информацию в кратчайшие сроки и тренинг-игры – один из способов систематизировать полученные знания.

Информация, полученная непосредственно через тренинговые игры лучше воспринимается и является значимым моментом в усвоении учебного материала. В зарубежных странах очень часто используют данный метод для развития мышления будущих специалистов. Конечно, некоторые ученые возражают против представленной методики, особенно ученые «советской закалки», но в последние годы, все чаще последние оппоненты, также соглашаются с тем, что времена меняются и методы обучения также меняются. Еще с середины 90-ых годов темой дискуссий была: нужна информация односторонняя или нужнее информация игрового характера. Некоторые ученые считали, что информация односторонняя, как в советское время совершенно не нужна, так как имеет основу внушения, и потому не развивает в человеке личность с собственным мнением. С тех пор прошло более 10 лет и все изменилось. Молодое поколение стремится выражать свое мнение разными путями. Так в последние годы в России и в Казахстане появляются разные молодежные движения, которые выступают в мирных интересах или в знак протеста. Например, «Окупай Абай, окупай!» прошедшая в Москве под лозунгом «Отстаивать мнение может каждый!».

Таким образом среди тренинговых игр также главенствующую роль играет - развитие гибкости мышления.

Методика преподавания в бакалавриате факультета журналистики всегда являлась спорным вопросом для целенаправленного развития мировоззрения будущих журналистов. Одной из основных целей в преподавании является развитие способностей у студентов. «Способности – свойства личности, дающие ей возможность успешно обучаться, приобретать знания, умения, навыки выполнения определенной деятельности. При этом способности проявляются не в самих знаниях, умениях, навыках, а в скорости их приобретения» [1, 36].

Журналистика – творческая профессия, здесь необходим особый подход, чтобы научить студентов не только писать в определенном стиле или

жанре, но и необходимо развить мышление: это неординарный подход к представленной проблеме, оригинальные высказывания, непохожие на другие. В наше время модно произносить такие слова как «креативность», «авторский замысел» и т.д. Но не все будущие журналисты способны оригинально высказать свое мнение, или искрометно выступить в дискуссии, или отличиться своим индивидуальным подходом к проблеме в своих материалах. Студенты грешат шаблонными, штампованными высказываниями и порой копируют стиль письма мастеров пера известных журналистов. И здесь мы задаем себе вопрос: как научить студентов писать и рассуждать не только профессионально, но и интересно, развить свой авторский стиль, выступление? Конечно, выходом из данной ситуации можно считать так называемые «тренировки ума» или «интеллектуальные игры», которые сами по себе не только полезны, но и увлекательны.

На первых порах можно ощутить, как непривычно думать одновременно обо всем, и казалось бы, не логично. Но это, только – на первый взгляд создается подобное впечатление. Во время проведения интеллектуальной игры становится заметно, что личность, в данном случае студент развивается *всесторонне и как не странно учится строить логическую цепочку в своих рассуждениях*. Данная методика обучения, основанная на своеобразных тренингах, развивает не только плоскостное, но и пространственное мышление.

Плоскостное мышление – анализ одного предмета или темы, и мозг развивается только в одном направлении.

Пространственное мышление – анализ нескольких предметов или объектов, которые рассматриваются в одном ключе, но в разных направлениях и с различных точек зрения, в итоге чего развивается всестороннее мышление.

Например, рассмотрим в ассоциативной игре понятие «свобода» в плоскостном мышлении, которая в обсуждении выглядит таким образом:

свобода – независимость, вседозволенность, анархия и т.д. Подобные рассуждения не развивают мышление студента. Но если все это представить в игровом режиме, то получится совсем иначе, интересно. Так ассоциативная игра позволяет рассмотреть понятие «свобода» всесторонне. То есть свобода это не только свобода личности, отмена рабства, крепостного права и возможность ездить в любом направлении, а слово «свобода» можно сопоставить или ассоциировать со многими предметами и явлениями в мире. Студенты рассматривают слово «свобода» с разных позиций. То есть связывают с этим словом ассоциативный ряд слов, такие как ветер, цыгане, пространство, статуя Свободы, простор, полет беркута, бег тулпара и т.д.

Таким образом, выявив разнообразные понятия, связанные со словом «свобода», на втором этапе можно рассмотреть словосочетание «свобода слова». Ассоциативная игра способствует развитию ума для обзора определенного слова или словосочетания с «высоты птичьего полета». Далее, можно рассматривать более подробно и анализировать более конкретные понятия.

Второй этап в ассоциативных играх – это более конкретное изучение не только определенного слова, но и проблематики. Так, например, вернемся к слову «свобода», то есть к данному понятию можно прибавить «слово», то есть «свобода слова». Данное словосочетание всегда актуально и касалось общественных отношений, которое уже рассматривается с журналистских позиций, но опять же – ассоциативно. Это: листовка, Французская революция, Марат, «Глас народа», президент Джефферсон и т.д. И третий этап ассоциативной игры – это написание эссе. То есть данные ассоциативные слова могут стать ключевыми словами в письменной работе.

Помимо ассоциативных игр существуют другие тренинг-игры которые способствуют развитию мышления – это «Три угла», «Мозаика», «Мозговой штурм» и другие. Игры бывают командные, ролевые, психологические, а также викторины. Одним из важных предпосылок для выполнения задач этих

тренингов является – концентрация внимания и умение размышлять. «Многие люди имеют ложное представление о том, что такое концентрация внимания. Для них она ассоциируется с тяжелой работой и не всегда приятными воспоминаниями о школе. Так они убеждают себя, что концентрироваться трудно. Однако если вы когда-нибудь испытывали радость от просмотра фильма или прослушивания концерта, то согласитесь, что концентрация происходит вполне естественно, если вы погружены в деятельность, которая приносит вам удовольствие». Так концентрация или говоря другими словами – настрой мыслей происходит, когда вы участвуете в игре, будь она спортивная или интеллектуальная. «Концентрация требует не сверхчеловеческих усилий, но практики. Это навык, которым можно овладеть и который можно развить. Как и большинство навыков, чем чаще его использовать, тем совершеннее он становится. Развивая концентрацию, можно заметить, что человек не только лучше управляет своими мыслями, но и обретает большую ясность ума». Конкретное рассмотрение предложенной темы и рассуждения вслух способствуют «open of mind» что с английского переводится как «раскрытие разума». Обучаясь концентрации, мы устанавливаем контроль над своими мыслями: «Укрепление мозга с помощью концентрации дисциплинирует»[2, 83].

Размышление способствует не только отточить ум, но и позволяет глубже понять любую изучаемую проблему. Интеллектуальная игра «Мозговой штурм» как раз развивает концентрацию и размышление. Также это командная игра, а значит, между учащимися укрепляется коллективная сплоченность и поддержка друг друга. В игре не преследуется цель победить, хотя в начале, группа делится на две противоположные команды. Но конкуренция, не является основным двигателем игры. Интересный момент в игре – это подготовка ряда вопросов по заданной преподавателем теме лабораторного занятия одной командой, на которые другая команда должна незамедлительно ответить. И наоборот, вторая команда готовит вопросы для

первой команды. Первый этап игры – подготовка вопросов – это концентрация мыслей, второй этап игры – ответы на вопросы – это размышление. Можно заметить, что когда игра «Мозговой штурм» первый раз проводится среди учащихся, то вначале вопросы бывают несовершенными и недоработанными и ответы также бывают не полными и недостаточно ясными. Но со временем, если студенты чаще участвуют в данной игре, то навыки: концентрация и размышление совершенствуются и представляют собой блестящий результат.

Среди других форм занятий и упражнений, развивающих мышление, следует отметить систему занятий, предложенную В.Н. Келасьевым [3, 65]. Автором предлагается целостная система приемов по развитию гибкости мышления.

I. Изменение привычных временных связей

1. Прием отчленения одного явления от другого в привычном для человека временном ряду (например, представить гром без молнии и т.д. и описать, что это значит — «выстрел»).

2. Прием замены привычного временного порядка на прямо противоположный (обратный, например, гром — молния).

3. Прием редкого сокращения интервалов времени между некоторыми событиями (например, сократить период от рождения до смерти до одного дня и сочинить сюжет этого дня, описать диалог Аристотеля и Ньютона, человека настоящего и человека будущего).

4. Прием перемещения вдоль всей временной оси существования некоторого предмета (например, телевизор — его роль в настоящем, изменение в будущем, прототипы в прошлом).

II. Изменение привычных пространственных связей

1. Прием замены привычных пространственных связей на необычные (например, автомобиль — на / под — дорога).

2. Прием совмещения различных объектов, обычно разъединенных в пространстве (травинка — авторучка, ягода — картина и пр.).

3. Прием разъединения обычно связанных в пространстве фактов (рыба без воды, магазин без денег).

III. Изменение привычных связей общности

1. Прием логического вычитания из объектов общностного признака (из объектов «земля» и «мяч» логически вычитается признак «круглость» — плоская земля и что на ней происходит).

2. Прием усиления связей по общности (или действия) между первоначально разнородными объектами. Требуется довести их до взаимопревращения, найти пути сближения: «дождь» и «ракета» — падают на землю; разложить воду на кислород и водород -> топливо для ракеты.

3. Прием замены привычных отношений на прямо противоположные (например: дым полезнее чистого воздуха).

IV. Изменение привычных связей преобразования действий

1. Прием отчленения действий: лишение объекта возможности производить привычные действия, преобразования (автомобиль, который ничего не перевозит, груз, который ничего не весит, пища, которой не насыщаются).

2. Прием получения некоторого результата без привычного источника действий (дом построен без строителей, концерт без артистов).

3. Прием блокирования «ожидаемого результата в привычной структуре действия» (машина перевозит человека, но он остается на том же месте).

4. Прием изменения привычного направления действия (дым ядовит для человека, человек ядовит для дыма или холод прячется от человека).

5. Усиление некоторого свойства объекта в неограниченное число раз до необычных масштабов (автобус, который перевозит не 50, а 100 000 человек).

6. Прием изменения основного свойства объекта в сторону усиления или ослабления (дом — палатка — шалаш — тент).

7. Прием составления сюжетов на основе заранее подобранных объектов: берется группа связанных предметов, роли раздаются участникам, которые должны разыграть сюжет, чтобы как можно ярче выразить их возможности (самолет, пассажир, стюардесса).

8. Прием формирования новых объектов из уже имеющихся (построить новый синтетический объект).

В интеллектуальных командных играх используется правило писателя Л.Н.Толстого: «— Кто самый лучший для меня человек? – Самый лучший для меня человек – это тот, с кем я общаюсь сейчас». А также принцип известного немецкого философа А.Шопенгауэра: «Между людьми всегда должна быть дистанция «неколючести». В противном случае мы будем напоминать двух дикобразов, пытающихся в обнимку согреться в холодную зимнюю ночь. Намерения-то у них «теплые», а последствия – уколы друг друга, боль» [4, 112].

Ролевые интеллектуальные игры развивают общение и артистизм, что необходимо для будущих журналистов, главным образом для теле- и радиожурналистов, также пиар-специалистов. Главная задача: войти в образ и правдоподобно разыграть по сценарию сценку на заданную тему. К ролевой игре относится «Пресс-конференция» и эта игра часто используется во время лабораторных занятий.

Интеллектуальные игры во время лабораторных занятий способствуют привлечению внимания студентов к предмету и укреплению знаний полученных во время проводимых преподавателем лекций.

Библиографический список:

1. М.Е.Литвак, «Если хочешь быть счастливым» уч.пособие по психотерапии и психологии общения», Феникс, Ростов на Дону, 2007.

2. Дж.Кехо, «Подсознание может все!» Минск, 2009.
3. В.Н. Келасьев. Некоторые подходы к развитию гибкости мышления // Практическое мышление: функционирование и развитие. М., 1990.
4. П.Таранов, «Наука общения», Гранд, Москва, 200.
5. И. Матюгин, Е. Чакаберия " Зрительная память", М.:1992.

Ногайбаева Ж. А.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

магистр 1 курса Бастаубаева А.

КазНПУ им Абая

РОЛЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

5 июня – всемирный День охраны окружающей среды. Этот день, символизируя гармонию единства и равновесия в природе, служит напоминанием человечеству о судьбе нашей планеты. Человек с давних времен оказывает влияние на окружающую среду. В результате этого разносторонняя многовековая деятельность человека наложила глубокие следы на современный почвенный и растительный покров, воздушную и питьевую (водную) среду, животный мир. Человек истощает невозобновимые природные ресурсы и ставит под угрозу продукцию тех элементов, которые можно было бы возобновить. Он меняет среду природы, от которой зависит его физическое и умственное существование, как биологического и социального феномена. Загрязнение окружающей среды приобретает все более острый, тревожный характер. Охрана окружающей среды в настоящее время - одна из насущных задач человечества. Наука, изучающая условия существования живых организмов и взаимосвязи между организмами и средой, в которой они обитают, называется экологией. Термин "экология" (от

греческого "ойкос" - дом, жилище и "логос" - наука). Был предложен более 100 лет назад немецким естествоиспытателем Э.Гекелем. он понимал экологию как "науку о взаимоотношениях живого существа с окружающей его средой". Экология является естественной и гуманитарной наукой. Как естественная наука она не может исключить человека, а как гуманитарная не может отделиться от природы. Проблемы экологии и природопользования занимают важное место в социально-экономических программах развитых и развивающихся стран. РК не является в этом смысле исключением. Неумелое хищническое вмешательство человека в природу нередко практиковалось в дореволюционный и советский периоды, да и далеко не изжито и сейчас.

Экологическая проблема актуально не только мире, но и в Казахстане. Проблема экологии коснулась нас с начавшейся рыночной системой в стране. Когда давали разрешение на строительство в любой точки страны, за деньги можно было охотиться на всех видов животных и конечно же развитие добычи полезных ископаемых. С появлением проблем появились организации которые и старались, стараются и надеюсь будут стараться и в дальнейшем справляться с накопившимися проблемами.

Экологические движения в Республике Казахстан являются, пожалуй, самым молодым и не может охватить все сложные социальные движения в стране. Чтобы понять движение связанные экологией с социологической точки зрения требует анализа различных систем, которые определяют различные общины, которые составляют это движение.

С уверенностью можно утверждать, что полноценная жизнь людей невозможна без учета экологической составляющей в любой сфере деятельности человека. Каждый человек, не зависимо от возраста, положения в обществе, осознает свою зависимость от окружающей среды, а точнее – от здорового и безопасного ее состояния. Очевидным является и то, что технократический и деструктивный поход к природопользованию исчерпал себя. Проблемы, которые стоят сейчас перед человечеством, являются

результатом пренебрежения законами развития отношений между человеком и природой. Это уроки и последствия непонимания принципов рационального природопользования.

Мы сделали контент анализ действующих в Казахстане экологических организации. При информационной поддержке с ноября 2006 г. организовано издание новой республиканской экологической газеты «Эколог», также обновлен web-сайт www.eco.gov.kz [1] министерства, который постоянно пополняется информацией об изменениях законодательства. На сайте размещаются проекты наиболее важных программных документов, касающихся охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов для общественного обсуждения. А теперь рассмотрим активность экологических организации по регионам:

В Акмолинской области действуют 14 НПО экологической направленности, в том числе ОО «Охрана окружающей среды», ОО «Экос», ОО «Экология», ОО «Ак ниет», «Кокше Жастары», ОО "Капелька".

В Алматинской области действуют 12 НПО экологической направленности: «Экоотау», «Қорықты Алакөл қоғамдық бірлестігі», «Талхиз жастар табиғат үйірмесі» и др.

Актюбинской области действуют 7 общественных экологических организаций: ОО «Арда», ОО «Актобе-эколог», ОО «Табиғат», ОО «Ресурсный центр экофорум», ОО «Женщины востока», ОО «Элит-Агро», Фонд поддержки развития «Тан».

В Атырауской области действуют 5 организаций - «Экос», «Таң», «Глобус», «Болашақ», «Каспий табиғаты».

В СКО действуют 5 общественных экологических организаций: ОО «Экосфера», ОО «Бірлік», ОО «Родовая земля», «Гражданский Альянс», «Фонд экологических инициатив».

В Костанайской области действуют 4 НПО по вопросам экологии: НПО «Молодое поколение за экологическую безопасность и устойчивое

развитие», ОО «Общественно-экологическая организация «Наурзум», ОО «Партия патриотов Казахстана», ОО «Костанай - наш общий дом».

В Карагандинской области работают 10 НПО экологической направленности. Департамент экологии в целях решения экологических проблем сотрудничает со следующими НПО: ОО ЭкоОбраз, ЭкоМузей, Экоцентр, ОО «Отражение», ОО «Экош», Общественный Центр Охраны Дикой Природы "Арлан".

В Кызылординской области действует 12 экологических общественных объединений, в т.ч.: Областной филиал РОО «Жасыл ғал-амшар үшін экологиялық қозғалыс», ОО «Экотәрбие» ҚБ, ОО «Арал өңірі агроэкологиясы», ОО «Экосервис», Штаб «Жасыл ел», ОО «21 век и Арал», ОО «Сыр орманы», НПО «Экосфера» и др.

В ЗКО действуют 6 НПО по вопросам экологии: Ассоциация неправительственных экологических организаций ЗКО, ОО «Нарын», Центр молодёжных инициатив «Жардем-Содействие», Ассоциация «Центр малого бизнеса», Молодёжное общественное объединение «Жас эколог», ОО «Жасыл дала».

В Мангистауской области действуют 9 НПО: Ассоциация коммерческих организаций «Caspian Industrial Consortium», ОО «Фонд Благоустройства г. Актау и содействие сохранности зеленых насаждений», ОО «Мангистауская экологическая инициатива», ОО «Мангистау - табиғатты» и др.

В ВКО действуют 16 экологических НПО, таких как ОО «Эмир», ОО «Зубр», ОО "Культурно-экологическое объединение "Бумеранг", Общественная эколого-просветительская организация «Хранители Алтая» и др.

В Павлодарской области работают 5 НПО экологической направленности: ОЭФ «Байтерек», Ассоциация «Улы Ертыс», ОО Антиядерное движение «Невада-Семей-Павлодар», ГККП «Детско-

юношеская школа экологии и туризма», «Гусиный перелет - гиппарионовая фауна».

В Жамбылской области работают 10 НПО экологической направленности: «Алтын гасыр», МОО «Росток», ОО «Жамбыл жастары», ОО «Жасыл ел», ОО «Акбулак» и др.

В ЮКО работают экологических 9 НПО: ОО «Дикая природа», ОО «Урпак», ОО «Эко Туркестан», ОО «Арал-Эко» и др.

В г. Астана действуют 6 экологических НПО: ОО «Кинологический центр «Лидер-НС» ОО «Областное общество любителей животных «Планета Фауна», филиал ОО «Казахстанское региональное общество защиты животных «Сириус», альянс студентов г. Астана и др.

В г. Алматы работают экологических 8 НПО: Экосоюз «Табиғат», ОО «Экодом», ОО «Экоидея», ТОО «Казэкология», ОО «Охраны природы», АГФ «Жасыл Ел», ОО «Зеленое спасение», ОО «Зеленая планета» [2].

На телеканалах «Хабар», 31 канал, КТК, ТВ Алматы, освещены мероприятия «Чистый четверг», проведенные совместно с народной демократической партией «Нур Отан», молодежным крылом партии «Нур Отан» и УДП ДВД г. Алматы;

Проходили круглые столы (на тему «О состоянии использование, обезвреживания, транспортировки, хранения и захоронении отходов медицинских организации в РК»); Состоялись тренинг-семинары для судей по применению положений Орухской конвенции и национального экологического законодательства РК и выдан сертификат «ОБСЕ» главному госинспектору, начальнику отдела экологической инспекции; Проведены заседания по использованию Системы оценки рисками в области ООС с участием НПО, проектной организации и крупные природопользователи. Можно увидеть что все мероприятия посвящены пропагандированию экологических проблем, они были активны в пропаганде, но не в действиях. Экологические организации пришли к следующим итогам:

1. Ухудшение состояния окружающей среды и нерациональное использование природных ресурсов могут иметь существенные социальные и экономические последствия, такие, как рост бедности, вызывать риски, связанные со здоровьем, и увеличивать незащищенность и социальное напряжение в обществе, ведущие к возможной политической нестабильности;

2. Важным фактором, негативно воздействующим на здоровье населения, является неудовлетворительное качество воды, употребляемой населением для питьевых и хозяйственных нужд. Остается сложной проблема снабжения водой сельских населенных пунктов. Частые аварии в водопроводных системах и выход из строя узлов и оборудования приводит в конечном итоге к остановке водопровода;

3. Продолжающееся загрязнение городов Казахстана вредными веществами в значительной степени обусловлено недостаточной оснащенностью источников загрязнения сооружениями по очистке воздуха, удельный вес оборудованных источников составил в целом по республике 7,5%. Необходимо усилить работу по внедрению более эффективных очистных сооружений и технологий на существующих предприятиях, а контролирующим органам провести мероприятия по контролю выполнения технических регламентов «Требования к эмиссиям в окружающую среду при производстве ферросплавов» и «Требования к эмиссиям в окружающую среду при производстве глинозема методом Байер-спекание».

С экономической точки зрения, не эффективная политика штрафов приводит что загрязняющим заводам легче заплатит штраф, чем устанавливать дорогой очищающий фильтр;

4. Рост транспортного сектора видов некачественного топлива к возрастанию выбросов парниковых газов и воздействием на здоровье населения;

5. В Алматы купили мусоро перерабатывающее оборудование, но нету результатов;

6. В связи с продолжающимися процессами деградации почв в результате воздействия как промышленным сектором Казахстана, так по причине пожаров приводящим к уничтожению лесополос и лесных массивов в результате которых происходят невосполнимые потери, как результат усиливаются процессы эрозии почв, подкисления, засоления, уплотнения и опустынивания. Например, Медео, гора Мохнатая, и т.д.;

7. Поскольку многие экологические проблемы Казахстана остаются нерешенными, необходимо поднять статус экологических вопросов в правительстве, усилить вовлеченность секторальных министерств в охрану окружающей среды и решать эти проблемы в более тесном сотрудничестве, при этом-поощрять национальные и региональные усилия, направленные на стимулирование устойчивого производства и потребления, а также корпоративной экологической и социальной ответственности и отчетности;

- усилить интеграцию экологических мероприятий в секторальную политику с изменением зависимости между экономическим ростом и ухудшением состояния окружающей среды, чтобы это поддерживало и экономический рост, и охрану окружающей среды;

- важность перехода к устойчивому развитию страны должно способствовать устойчивому производству и потреблению, необходимо соответствующим образом разрабатывать программы для ускорения такого перехода;

- предлагается поощрять и стимулировать разработку десятилетней структурной программы, направленной на поддержку этих мер;

- содействовать использованию экономических инструментов, с учетом подхода, что загрязнитель, в принципе, должен нести затраты по возмещению ущерба, связанного с загрязнением.

Библиографический список:

1. www.eco.gov.kz
2. Национальный доклад о состоянии окружающей среды в Республике Казахстан, Алматы 2010.
3. Закона Республики Казахстан «Об управлении отходами производства и потребления»

Нода Л. П.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби.

ИМИДЖ РОССИИ В СМИ КАЗАХСТАНА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В течение двухсот лет «восточный вопрос» занимал существенное место в системе имперского мышления. Проводником этого выступала и российская дореволюционная печать. Анализируя публикации о колонизации, необходимо затронуть эволюцию их способов подачи и проблематики. Развитие тематики происходило по классической схеме: от простого к сложному. Описание - разъяснение - постановка проблемы - обсуждение ряда входящих в нее вопросов.

Так, большинство авторов спешили представить описание территории, природы края, обязательно подчеркивая огромность площади степи, а также разнообразие природных и климатических зон. Отдельного внимания пишущих заслуживал сложившейся быт, разъяснение русскому читателю

нравов, традиций, обычаев степняков. Много места в печати уделяли общему знакомству русского читателя с окраинами посредством публикации путевых дневников и очерков, воспоминаний людей, посетивших Казахстан.

Более внимательный взгляд предполагает изучение края и, соответственно, постановку проблемы, организацию полемики. Эволюция тематики дореволюционной прессы была в строгой зависимости от проводимой в стране политики, отражая все, достойное внимания, но что оставалось неизменным, так это тон материалов, позиции авторов публикаций по проблемам окраин.

Знакомясь с материалами о колонизаторской политике России, опубликованными в дореволюционной периодике, поражаешься огромной самоуверенности их авторов. Значительное большинство из них были убеждены в объективном характере проводимой колонизации, в необходимости захвата чужих территорий, подчинения русскому государству целых народов, поэтому этот вопрос даже не выносился на обсуждение в печати. Особенностью огромного большинства публикаций была констатация факта уже свершившегося и идущего полным ходом вторжения. Очень мало кто публично задался вопросами: имеет ли право Россия вторгаться и захватывать казахские степи? Кто дал право русскому народу закабалить любой другой народ? Можно ли расширять свои земли, если делается это за счет ущемления чьих-то владений?

Эти вопросы русская печать не выносила на обсуждение, причисляя их, по всей видимости, в разряд риторических. Лишь немногие пишущие поднимали проблемы существования людей в этих колониях, их жизни в изменившихся условиях, обсуждали обязанности России по отношению к своему вассалу. Таких материалов значительное меньшинство, они-то и представляют наибольший интерес для современного исследователя.

Абсолютно не сомневаясь в благих целях своего вторжения и, естественно, в его отрадных последствиях для местного населения окраин,

публицисты рассуждали о другом. Их интересовал ход захвата чужих земель, пути, методы, медленные темпы проведения колонизации. Отдельным пунктом ставился вопрос о возможных приобретениях и прибылях, реальной пользе русскому обществу от покоренных туземцев. Чувство превосходства россиянина над другой нацией ощущалось в каждой строчке материалов о предместьях. Жизнь казахского народа, полная острых классовых противоречий и усиливающейся ломки прежних социально-бытовых устоев, выдвигала и властно требовала незамедлительного обсуждения и посильного разрешения ряда актуальных проблем. Эти социальные потребности и предназначена была удовлетворять публицистика. Демократическая публицистика использовалась как важное и эффективное оружие в отстаивании общенародных интересов, прав и стремлений казахского кочевого населения, как средство критической оценки окружающей действительности, в прогрессивных журналах это делалось с демократической точки зрения.

Так, Павел Небольсин в очерке «Путешествующие киргизы», опубликованном в журнале «Русский вестник» в 1860 году, пишет о группе киргизов (читай – казахов -Л.Н.), посетивших Петербург и его окрестности. «Из приезжих гостей почти каждый привлекал на себя внимание какой-нибудь характеристической особенностью: это был весьма счастливый подбор лиц, готовых на отклик всему благородному, честному, прямодушному, всему, что только может быть доступно самостоятельному, незнакомому с лишениями и разумному степняку, развивающемуся под влиянием хвинско-русских обстоятельств, но успевшему кое-что захватить и усвоить себе и из новейшей не «изящной», но «ученой» нашей литературе: все наши лучшие журналы лучшими людям киргизского народа хорошо известны» [4, 43].

Киргизы чрезвычайно любопытны, им было интересно все: «что такое пар? Что такое газ? Что такое электричество и гальванизм?» со страниц

русского журнала прозвучала их просьба: «Растолкуйте нам, что это не колдовство, а естественные силы природы, которые человек посредством науки покорил своей власти» [4, 47].

Ответом на эти записки стала статья Иосифа Железнова «Киргизомания» в журнале «Русский Вестник». «Похвальной одой» киргизам назвал Железнов статью П. Небольсина, которого критикует за патриотизм и «его горячее увлечение воспеть похвальное слово Киргизам и выказать перед ними «благоденствие и силу России», так как «повергли последнюю в стыд и срамоту! Что подумает о России Европа, прочитав Путешествующих Киргизов г. Небольсина? Что скажет Азия вообще и Блистательная Порты в особенности?» Ирония и сарказм присутствуют на всем протяжении данных носящих негативный оттенок записок, которые заканчиваются «советом»: «А если уж неотвязчивая киргизомания вынуждала сделать упрек за Киргизов, то приходится сделать его не Уральским казакам, этой горсти Русских, занесенных в такую даль от России, а всей России, потому что не на ком другом, а на всей России лежит призвание согревать лучами просвещения Киргизов и иных многих инородцев, потому что Уральские казаки, в свою очередь, ждут этой теплоты от России» [2].

Чрезмерная эмоциональность публицистики, экспансивность письма в данном случае не делали чести их автору, оперативно откликнувшегося и основательно подошедшего к данной проблеме. Ведь этот журнальный текст, помимо основной функции, заложенной в него автором, несет «дополнительную, «избыточную», эмоциональную информацию текстового и внетекстового свойства» [1, 193].

Были в печати и откровенные оправдания вторжения на чужие территории, правда, называлось это – переселением, эмиграцией на новые, лучшие места. «Русский крестьянин, как доказывает история, постоянно спасался от разных бед переселением, большею частью, самовольным,

«бегами»; крепостное право значительно увеличивало контингент беглых и бродяг, этому пособляли поборы и притеснения казенных чиновников старого времени; наконец, естественные причины, в роде неурожаев и т.п. вкладывали свою долю. В большинстве случаев, единственным против всех этих разнообразных невзгод у русских крестьян было бегство, т.е. та же эмиграция на новые, лучшие места» [5, 12].

Как отмечает исследователь Д.Д. Шайбакова, «слово «колонизация» в текстах русских авторов не имеет негативной семантики. Так, Н. Пономарев в статье «По вопросу о русской колонизации в степных областях» искренне заявляет: «самая широкая, самая полная колонизация среднеазиатских степей русским элементом воскресит жизнь окраин»; «Каким иным путем могут быть внесены зачатки русской культуры в среду кочевников, как не путем той же колонизации» [7, 164].

Реформы проводились, но как они освещались? Колонизация как реформа. Переселение на чужие территории как реформа. Для правильного осмысления политико-правовой роли административной реформы 1867-1868 гг. в Казахстане имеет большое значение высказывание А. И. Герцена: «Правительство с 1860-х гг. начинает подумывать о киргизской степи, и действительно, его стремлениям в этом случае нельзя не верить: они выразились в снаряжении особой экспедиции для изучения края, его обычаев, нравов и прочее. Но вот вопрос, имеет ли само правительство ясную идею о том, к чему должно стремиться в этом крае, завоевание, которого окончилось едва 10-12 лет назад? Очень сомнительно: оно никогда не отличалось подобной предусмотрительностью и действовало весьма безуспешно. Поэтому мы и не удивляемся, что последнее 1864-1865 гг. комиссия Гирса и К^о пока не выработала ничего прочного... Останутся ли по-прежнему приказы, в которых всем ворочали непреременные члены и старшие султаны сидели куклами, или, на оренбургский манер, вся степь будет подчинена султанам, без приказов и непреременных чинов! Взяв в

соображение нашу любовь к чиновничеству, нельзя, кажется, сомневаться, что приказы и канцелярии восторжествуют, т.е. от положений Сперанского отступлений больших не будет, хотя канцелярии – язва степи и всегда будут ненавистны народу» [3].

Фактически реформа 1867-1868 гг. пошла дальше положений А. И. Герцена. Вместе с областными, уездными правлениями, медицинской частью, судом и прокуратурой были увеличены штаты канцелярии, от уступок М. Сперанского «народному суверенитету» почти ничего не осталось: окружные приказы во главе со старшими султанами и султаны-правители были ликвидированы, суд биев окончательно парализован, на должности волостных управителей и аульных старшин, сломя голову, стремились властолюбивые и тщеславные баи, не имеющие никакого понятия об атрибуте власти и управления. Мало того, несмотря на заявления народа о вреде выборных начал в казахском обществе, по конструкции органов власти и управления реформа дальше узаконила и распространила этот принцип на весь Казахстан.

Разъяснению причин возникновения имперского сознания посвящена интересная статья Евгения Анисимова «Геополитика». Показывая, насколько трудным оказалось расставание с имперскими взглядами, он исследует феномен имперского сознания в России, его стереотипы и рецидивы. Рассматривая историю государства российского от Петра I до момента публикации, автор отмечает следующее.

Приняв в октябре 1721 года титул «Отца Отечества и Императора Всероссийского», Петр I определил для России тот путь положительной экспансии, по которому успешно развивались мировые империи Запада - Британская, Испанская, Голландская и другие. Реформы, в ходе проведения которых политический режим все более приобретал черты тоталитаризма, опираясь на такие силы как крепостничество, военизацию, бюрократизацию, ликвидацию в управлении даже следов сословного представительства.

Важнейшую роль, по мнению Е. Анисимова, сыграли традиционалистские предпосылки, прежде всего «распространенная в политическом сознании и идеологии допетровской России концепция ее особого предназначения в мировой истории» [6, 49]. Это были специфические, характерные именно для России предпосылки, властно определившие само появление феномена Российской империи.

В статье нашли разъяснение несколько стереотипов, характерных для имперского сознания. Один из них - захват чужих земель - осуществляется под лозунгом защиты интересов империи, нации. Логика такова: если соседние с нами земли не захватим Мы, воспользовавшись их «бесхозностью», это сделают Они, чтобы угрожать Нам.

Другой стереотип - представление о том, что за пределами России лежат земли, нам «по праву» принадлежащие, потому что на них жили и живут славяне, - имеет более «западный» оттенок, но четко вырисовывает захватнические идеи России.

Делая небольшое отступление, историк отмечает, что с начала XVIII и до начала XX века генеральное направление экспансии российской империи неуклонно смещалось с Запада на Восток: Прибалтика, Польша, Балканы, проливы, Кавказ, Средняя Азия, Дальний Восток. Остроту «восточному вопросу» придавало множество обстоятельств: многовековая борьба со степью, от успеха которой нередко зависело само существование Русского государства, процессы освоения «дикого поля» на юге и востоке, желание расширить территорию, миссионерское движение, религиозно-политическая проблема так называемого «константинопольского наследия», то есть наследия погибшей под мечом неверных Византии [6, 50].

Суть стереотипа при движении на Восток - движение в пустоте, по землям, никому не принадлежащим, а встречающиеся на пути колонизаторов этнические, государственные объединения не более чем скопища людей, а то и банды, только мешающие продвижению славянских народов и

осуществлению их завоевательной политики. Восточные народы в глазах «цивилизованного» северного соседа представлялись дикими, необузданными, и было распространено мнение, что все они «одинаковы», от природы неисправимо подлы, коварны, грубы. Примечательной чертой имперского сознания в отношении Востока было убеждение, что любая, кроме европейской, система ценностей ложна, или таковой вовсе не существует. Мир в рамках имперского сознания отчетливо делился на «цивилизованный» и «нецивилизованный». Главнейший вывод из этого: жестокость - единственное эффективное средство общения с «дикарями»; устрашение и подавление - единственный язык, на котором можно разговаривать с «нецивилизованным» миром. Всё это находило отражение в публикациях на страницах русской прессы, именно на этом направлении специализировались отдельные авторы и журналы, периодические сборники.

Е. Анисимов отмечает, что хотя системы управления подвластными территориями варьировались в широком диапазоне - от довольно значительной автономии до жестокого военного управления, в целом российская колониальная политика XVIII - начала XX века строилась на трех взаимосвязанных принципах: унификация, бюрократизация и русификация. Ее конечной целью была ликвидация особенностей национального образа жизни как потенциального источника сопротивления имперскому владычеству [6, 51].

После детального анализа причин формирования и развития имперского сознания становятся ясны, но не оправдываемы амбиции и претензии определенной категории публицистов прошлых веков, призывавших к расширению колонизации, ускорению ее темпов.

Библиографический список:

1. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики. Учебное пособие. М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: издат. Центр «МарТ», 2008.

2. Железнов И. Киргизомания// Русский Вестник. 1860. Т.30.
3. Колокол. 1867. 1 августа.
4. Небольсин П. Путешествующие киргизы //Русский вестник. 1860. Т. 29. № 9.
5. Новое поземельное устройство// Отечественные записки. 1870. № 11. Отд. II.
6. Родина. 1989. № 12.
7. Шайбакова Д.Д. Утверждение русского языка в Казахстане (дооктябрьский период)// Вестник КазУМОиМЯ им. Абылай хана. Серия «Филология». 2001. №7(9).

Одинокова Н. Н.

Пензенский государственный университет

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТАТАРСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Не случайно, что для каждого региона нашей страны национальная печать – особая категория в сфере средств массовой информации. Россия – государство, в котором проживает более 180 народов. Некоторые из них составляют совсем небольшой процент от числа общего количества граждан Российской Федерации. Другие, например татары, занимают вторую позицию по численности среди населения. Изучение архивных источников позволило представить систему национальной печати в крае.

Попытки получения разрешения у властей на печатание газеты на татарском языке в России известны начиная с первой четверти 19 века, но лишь после революции 1905 года подобное стало возможным. Только 2 сентября 1905 года в Петербурге вышел первый номер еженедельной газеты «Нур» («Луч»), первой газеты на татарском языке [1, 22].

Первым татарским периодическим изданием Пензенской области стала газета «Сабанче» («Пахарь») – еженедельная крестьянская газета, издание Пензенского Губкома РКП(б) и Губисполкома. Редакторами издания в разное время выступали У. Ахунов, А. Галиев, А. Кильдеев [2, 99] .

Печаталась на татарском языке на основе арабской графики. Некоторые материалы выходили с переводом на русский язык.

Издавалась на газетной бумаге, формата А3. Первый номер состоял из одного листа данного формата, впоследствии объём увеличился до четырёх печатных листов.

В издании публиковались перепечатки из общероссийских газет и журналов и изданий других областей.

Редакция газеты тесно сотрудничала с читателями, публиковались письма в редакцию.

Не сохранились номера выходившего в данный период «Крестьян журналы». А после 1928 года, когда издание газеты «Сабанче» переносится в Ульяновск, наступает длительный, полувековой, перерыв в выпуске национальной татарской печати в Пензенском крае.

Только 23 мая 1990 года общество татарской культуры «Якташлар» принимает решение о начале выпуска нового издания, газеты «Нурлы тан» («Светлый путь»).

Первый номер газеты выходит на одном листе, материалы набираются на печатной машинке, верстка представляет собой простое сложение готовых материалов друг с другом. Тираж не указан.

Редактором данного издания становится Кадир Акжигитов. В обращении от редколлегии читаем: «В ваших руках газета – самиздат, необходимо начать выпускать полноценную газету о татарах и для татар». Кадир Акжигитов в материале «Для кого написана данная газета?» поднимает проблему языка, на котором должна выходить новая газета. Цитируя слова своего оппонента Аманнулы Хамзина: «из-за наличия

большого числа смешанных браков с лицами других национальностей «газета издаётся на языке межнационального общения в СССР – на русском языке», Кадир приводит аргументы против этого заявления. Он замечает: «Не будет языка – не будет и нации».

Первые два номера газеты «Нурлы тан» не отличались высокой информативностью, исполнены на любительском уровне и печатались в домашних условиях, что не может не обращать на себя внимания. На эти номера не выделялось достаточно средств, и их выпуск продолжался только благодаря энтузиазму группы людей во главе с редактором Кадиром Акжигитовым.

Третий и четвёртый номера газеты уже более интересные, информативные, хотя также выполнены на печатной машинке.

По данным энциклопедии «Ислам в центрально-европейской части России», в этот же период в Неверкинском районе Пензенской области на русском и татарском языках выходила газета «Тан» («Рассвет») [3,87]. Главным редактором выступал также Кадыр Акджигитов. Тематика публикаций – история, культура, быт и традиции татарского народа, основы ислама. Тираж не превышал 1000 экземпляров.

6 октября 1994 года в газете «Пензенская правда» перед читателями предстаёт новое издание, так называемая «газета в газете» – ежемесячное приложение «Якташ» («Земляк»).

В планах редакционного совета – широкое освещение жизни татар, показ истории, культуры, быта, постоянная связь с учёными Татарстана, Москвы.

В 2004 году в Каменке при районной газете «Каменская новь» выходила газета «Исламский минбар», в 2008 году при Пензенской мечети – газета «Ихсан» [4].

В настоящее время в Пензенской области издаётся ряд татарских газет. Единственной газетой на татарском языке до недавнего времени оставалась

газета Кадыра Акжигитова «Пенза татарлары» («Пензенские татары»). В сентябре 2012 года ее выпуск был прекращён.

На русском языке сейчас выходят следующие газеты: «Аль–Азан» (в селе Средняя Елюзань Городищенского района), «Просвещение» (учредитель – Каменская районная мечеть), «Минбар мечети» (учредитель Кобылкинская мечеть Каменского района), «Иман» (учредитель – Совет имамов Кузнецкого района), «Пензенский медресис» (учредитель – Акжигитов Б. У.).

Новой страницей в истории пензенской национальной печати становится журнал «Солнце ислама – инфо».

На шестидесяти страницах представлена информация о важных событиях Сурского края.

Все исторические данные подкреплены ссылкой на авторитетные источники. Инициатором выпуска глянцевого журнала выступило Единое духовное управление мусульман Пензенской области совместно с областной общественной организацией «Просвещение».

Главная миссия издания – духовно-нравственное воспитание сурских мусульман [5].

Уже вышло два номера. Издатели обещают, что журнал будет выходить раз в два месяца и приобрести его смогут все желающие.

Хочется верить, что в ближайшем будущем возобновится издание периодики на татарском языке. Сохранение культуры, традиций и обычаев каждого народа – ключевой момент в дальнейшем развитии и процветании не только Пензенской области, но и страны в целом.

Библиографический список:

1. Гайнуллин М. Татарская литература и публицистика начала XX века. – Казань, 1966. – 170 с.
2. Жаткин Д. Н., Дорошин Б. А. История средств массовой информации Пензенского края. – Пенза, 1998. – 70 с.

3. Ислам в центрально-европейской части России. Энци. словарь.— М.— Н. Новгород, 2009

4. Пензенская электронная энциклопедия
[//http://94.25.70.100/encyc/index.php](http://94.25.70.100/encyc/index.php)

5. <http://www.islam-penza.ru>

Источники:

1. Подшивка газеты «Сабанче». – 1922 – 1928.
2. Подшивка газеты «Нурлы тан». – 1990 – 1994.
3. Подшивка газеты «Якташ». – 1994 – 1996.

Рева Е. К.

Пензенский государственный университет

ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА В СВЕТЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ

Реализация имиджа государства осуществляется на разных уровнях, которые включают историю, культуру, литературу, язык. В этой связи на основе научного подхода к проблеме, опирающегося на методологию компаративистики, возникает потребность обмена опытом исследовательской работы ученых на международной арене, поскольку рассмотрение образа государства целесообразно анализировать не только внутри страны, но сопоставительно и за рубежом. Понять восприятие другими странами «портрета» конкретного государства – значит, попытаться выявить внутригосударственные достоинства и недостатки, создающие лицо страны за ее пределами. Важность и ценность проблемы в ее научном аспекте заключается в разрушении сложившихся стереотипов о государстве.

В начале 2013 года на базе Пензенского государственного университета вступил в стадию реализации научно-исследовательский проект «Имидж России в мировом историко-культурном и медиапространстве», который объединил научные силы нескольких стран:

России, Японии, Азербайджана, Казахстана. К настоящему времени наиболее тесные научные связи установились с представителями Казахского национального университета им. Аль-Фараби. Научное сообщество обоих вузов не только содействует продвижению имиджа их стран, но и находит формы для реализации собственного потенциала в разработке общей проблемы: каждый представитель вуза, участвуя в подобных проектах, способствует повышению статуса *alma mater* в международном масштабе.

Научно-исследовательский проект «Имидж России в мировом историко-культурном и медиапространстве» ставит, прежде всего, цели определить, как формируется образ государства в российской и зарубежной истории и журналистике с привлечением современных культурологических реалий и языковых средств.

Формируемый средствами массовой информации имидж государства создает предпосылки для его характеристики на основе международного общения. Специфика репрезентации в журналистике российской культуры как мощного потенциала в развитии государства составляет значительный компонент создания имиджа России. Немаловажным элементом «портрета» страны является и внутриэтническая ситуация в пределах Российской Федерации, национальная политика, проводимая правительством в этой области, что также находит свое отражение в СМИ.

Исследование имиджа России предполагает лингвистический ракурс. Речь политиков, журналистов, современное состояние языка российского общества также входят в структуру имиджа страны. Изучение российских реалий, лингвокультурологической картины государства невозможно без учета исторического контекста. Роль России в мировой истории – важный фактор ее имиджа в масштабах международного взаимодействия.

Таким образом, данный проект нацелен на систематизацию факторов, определяющих имидж России как внутри государства, так и за рубежом посредством анализа интерпретации образа страны в журналистике, в

политических, научных, научно-популярных, литературных и учебных изданиях. Более того, участие в этом проекте способствует продвижению научного потенциала ведущих университетов в рамках международного сотрудничества.

Сарбаева Р. Е.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

INTEGRATION PROCESSES IN EURASIA

Kazakhstan has always played significant role in many integration projects and processes in Eurasia. Kazakhstan has organized the World Traditional Religious Leaders Congresses, OSCE Summit in Astana; chaired in it in 2010, chaired Organization of Islamic cooperation, Organization of Shanghai Cooperation and CICA; held Turkic summits; and initiated Customs Union, CIS, Eurasian Economic Union. Even, the idea of creating of Eurasian Union undoubtedly belongs to the President of Kazakhstan.

At the beginning of the 90s, after the Soviet Union collapse, President of the Republic of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev started promoting initiatives on the Eurasian integration, despite the changing political environment. The older generation remembers well the crisis of the former USSR republics after the superpower's demise, the imminent threats of inter-ethnic and inter-religious clashes, when all the emerging nations were on the brink of survival. At that dramatic time in 1994 President of Kazakhstan delivered his address at the Moscow State University about the idea of forming the Eurasian Union. At that time our President also faced difficult tasks: to preserve the unity and integrity of the country, to improve the economy and prevent ethnic and social conflicts. All these tasks were successfully fulfilled. Our President's integration initiatives are under successful realization now. Time has proved the vitality of the idea of

Eurasian integration. This significant integration project of the Eurasian Union, voiced by N.Nazarbayev in 1994, laid the foundation for the development of all integration processes on the post-soviet space, establishment of the Eurasian Economic Community (EurAsEC), the Customs Union and the Common Economic Space.

“The XXI century, N.Nazarbayev said, is a time for a deeper integration, dialogue and partnership to address new global challenges the humanity is facing now. It is the only pledge of the future prosperity and a way to avert clashes of civilizations with use of the stockpiled arsenal of mass annihilation weapons”.

This quotation from N.Nazarbayev’s “Strategy for post-industrial society and partnership of civilizations” is indication of his wisdom and clear vision of global-scale problems.

In the “Izvestia” newspaper, 3 October, 2011 the Russian PM V.Putin described the Common Economic Space of Russia, Belarus and Kazakhstan, to be launched on January 1, 2012, as a breakthrough project on the post-soviet space. And it is materialization of our President’s idea.

On November 18, 2011 Presidents of Belarus, Russia and Kazakhstan signed Eurasian Economic Integration Declaration, in which the parties announced the launch of the next phase of integration - the Common Economic Space. The document notes that the further development of integration of three countries meet their national interests, help to reach common objectives for the improvement of well-being and quality of life, promote sustainable socio-economic development, facilitate all-round modernization and strengthen national competitiveness in the global economy.

The Common Economic Space has become effective since last January 1, due to the removal of customs barriers presupposes free movement of capitals, technologies and work force in the territory of three countries. It will further contribute to the efficient cooperation between Kazakhstan, Belarus and Russia and pave the foundation for successful economic development of the states.

Eurasian Union - a project of post-soviet states with a common political, economic, military, customs, humanitarian, cultural space, expected to be created on the basis of the CIS integration structures - EurAsEC, OSCE and Customs Union. It is assumed that the union will be based on the model of a powerful supranational union capable of becoming self-sufficient market (the population of which at least 200-250 million people). The project for creation of Eurasian Union is the most ambitious post-soviet geo-economic and geo-political project aimed at consolidating cultural and educational potential of the new independent states. At the same time, the draft of the new union, according to its initiators and ideologues, is designed to give an adequate response to the current global challenges and threats, to overcome the inertia of de-modernization processes in the CIS.

Experts support the new project and say that the creation of the Eurasian Union means a new quality of post-soviet integration, which turns out from meaningless declarations to understandable and attractive to citizens and businesses, sustainable and long-term project that is independent of fluctuations in the current political and other conditions.

A key element of the economic structure of the Eurasian Union - CES, which, by design, will initially be based on the agreed actions in key institutional areas in macroeconomics, to ensure the competition rules in the field of technical regulations and agricultural subsidies, transport, tariffs of natural monopolies. And the next step is the common visa and migration policy.

The construction of the Customs Union and the Common Economic Space lays bases to form the perspective of the Eurasian Economic Union and the gradual expansion of the Customs Union member states Kyrgyzstan and Tajikistan, with the prospect of joining this project Ukraine and Moldova, which are also members - observers of the EurAsEC.

As a political prognosis by ideologues of the new association, it is postulated that the creation of the Eurasian Union will allow post-Soviet states to join the leaders of global growth and civilization progress. With common natural resources,

capital, human development, the Eurasian Union will be competitive in the industrial and technological race, the competition for investors, for the creation of new jobs and advanced production facilities. Along with other key players and regional structures, such as the EU, U.S., China and APEC, the Eurasian Union will ensure sustainability and the “equilibrium” of global development.

The strategic importance of the Republic of Kazakhstan in the new association is predetermined by a number of objective circumstances. Kazakhstan is a natural “core” of the process of Eurasian integration. Country organically combines the “segments” of Muslim and Christian civilizations, Turkic and Slavic cultures that are important elements of the political and ideological diversity that allows it to create a unique experience of intercultural and inter-religious and inter-ethnic interaction by using it as part of integration process. Following the strategy of its national leader, the country determined its national idea and the strategic mission - a dynamic and stable development in an interconnected and multipolar world.

Kazakhstan has its own model of ethnic harmony and it is recognized and appreciated by leading international organizations, including the UN and OSCE. Implementing the concept of the First President of the country, Kazakhstan has created and developed a model of the “Eurasian democracy”, based on its unique political experience with the construction of a legal and democratic state, the institutions of a market economy in the difficult conditions of transformation processes 1990-2000's.

Thanks to the efforts of its leader and creative activity of the multinational people of Kazakhstan - it is a nation state with consolidated nation and political space. This allowed the young state to avoid the “culture and civilization clashes” and the confessional problems that complicated the political development and formation of other Central Asian countries. This enabled Kazakhstan to become an example and guarantee of stable development for neighboring Central Asian states.

Kazakhstan is the author of a number of strategic international initiatives formulated by Nazarbayev on the international forums, including initiatives on nuclear disarmament. Implementing a multi-vector foreign policy, Kazakhstan has been consistently developing a dialogue with influential international organizations, representatives of various cultural and civilizational communities, which invariably increases its foreign policy weight.

In addition, Kazakhstan is the author of the original and successful model of economic reform, which is a key element of the policy of President Nursultan Nazarbayev. This has enabled the country to take its right place among the fastest growing countries in the world, which is of particular importance in connection with the ongoing management of the country committed to strengthening political stability. It is no coincidence that today, in close collaboration with its Russian and Belarusian counterparts – President Vladimir Putin and President Alexander Lukashenko – Kazakh President Nursultan Nazarbayev has formulated its own vision of goals, objectives and expectations for future unification.

Recognizing the importance of security, the President of Kazakhstan sees the Eurasian project possibility to collectively close to external economic, military, political, informational, technological, environmental, and other threats - in his view, the EU (Eurasian Union) should not become some form of the “Iron Curtain”.

In the context of global processes occurring today, it is essential that the Eurasian Union is thought by Nazarbayev as an open project in the context of broad engagement with the European Union and other relevant organizations.

Nazarbayev emphasizes that the Eurasian Union will not be a “restoration” or “reincarnation” of the USSR, or the revival of some “imperial model”. His thought coincides with the position of the leadership of Russia, Belarus and other countries. According to the President of Kazakhstan, the EU will not be directed against the so-called “China's economic expansion”, as the strategic partnership

with China is determined among the foreign policy priorities of Kazakhstan and its partners in a new and evolving Union. And intensive political dialogue and close economic cooperation as well as cooperation within the SOC and CICA. A key condition for the development of innovative capacity of the EU is an active increase of investment and technological cooperation with the U.S., EU, China, and Asia-Pacific Economic Cooperation.

The national leader of Kazakhstan particularly emphasizes the inextricable link between the creation of the EU and construction of a new global system of security. Adopted in December 2010, Astana Declaration of OSCE Summit first designated the aim to create a common and indivisible Euro-Atlantic and Eurasian security space, which is fundamentally impossible without the support of regional alliances. From the point of view of the president of Kazakhstan, in case of the “internal arrangement” and competent foreign policy Eurasian Union has the potential to become an integral part of the new global architecture, designed to response to challenges of the global economic crisis. Therefore, a new union should be created as a competitive global economic integration union with the internal mechanisms, but not as a new “bureaucratic structure”.

As a result, all participants of the Eurasian integration have to implement strategy that has ultimate goal of the establishment of an innovative economy. This will allow them to get out of the status of the “peripheral exporters of raw materials” and take a right place in the global “division of labor”.

According to the President of Kazakhstan, the Eurasian Union should be formed as a self-sufficient regional financial institution, which will be a part of a new global financial system, and is designed to help mitigate the effects of the global crisis. Therefore, common payment system based on supranational unit of account, and the common currency of the participating countries can be regarded as quite natural results of integration.

Nowadays this topic becomes very actual, in connection with the changed geopolitical reality, emergence of new threats and challenges for the countries

of the former USSR. I would like to outline that there are certain forces in the world which do not want any integration in the former USSR. The West, in particular, does not want to see us develop our own modern and competitive production. The world is volatile. The events in the North Africa show that even the relatively favorable countries may be hit by the outside-inspired cataclysms.

If to consider the points of view of the opponents of this ideathese days the Eurasian integration has its opponents. As soon as the Eurasian idea appeared, skeptics have argued that the implementation of this idea leads to revival of the Soviet Union and the loss of national sovereignty. No “restoration” or “reincarnation” of the USSR can be imagined today. In Kazakhstan and Belarus the opponents say that participation with Russia in joint projects will result in the loss of their country's sovereignty. In Belarus, some people strongly against participation in alliances with Asian countries, which is contrary to the European civilization choice of their state. In Kazakhstan, there are those who believe that their country should be united with Turkic states. In Russia, they believe that it will have to bear the burden of economic support of their weak partners. Some Western experts declared that the Eurasian Union should be protected from the so-called Chinese economic expansion. Arguing in this way, the authors of these statements cannot understand the true meaning of integration and what benefits may they have.

Todayit becomes obvious that countries are integrating in many parts of the world - even the Americans, who for decades believed that they do not need it, now trying to become the center of the movement in the region. North Atlantic integration under NAFTA also consists of three countries - the U.S., Canada and Mexico. But no one talks about the imperial ambitions of the United States. However, the attitude of the West, especially the United States to the integration trends in the former Soviet Union in the light of the emergence of the Customs Union and the Common Economic Space, we know from the statement of the former U.S Secretary of State Hillary Clinton made last December in Dublin: “The United States will try to prevent the reconstruction of the Soviet Union in the new

version under the economic integration. Now efforts are being made to “resovetisize” region. This will be called in another way - the Customs Union and the Eurasian Union, or something like that. But let us not delude ourselves on this point - we know what the true purpose of it is, and try to find effective ways to slow down and prevent it”. The United States are very concerned about the creation of the Eurasian Union. It becomes evident that America is still looking through the prism of the “cold war” on the associations in the post-soviet area. But our Western colleagues have to understand that a new model of integration is being created in the former Soviet Union, which is based on economic cooperation.

It is noteworthy that the ratio of population to the creation of the Customs Union and Common Economic Space is rather positive. “In the study “The Integration Barometer” which was made by the Center for Integration Research together with the international research agency “Eurasian Monitor” - said the director of the Center for Integration Research E. Vinokurov, it is examined the attitude of the citizens of the CIS countries to the process of Eurasian integration. So: 80% in Kazakhstan, 72% in Russia, 60% in Belarus supported the TC. Non-economic factors may also explain the TC assessment. This may be the political prestige of the country, socio-cultural rapprochement, human contact, where people have the opportunity to meet with their families and friends, etc. People appreciate the integration not only for economic growth, but for other benefits that are not measured in GDP”.

Integration in trade-economic sphere and structural reforms in the countries of CU are connected processes. Thus, trade relations between CU members are the main instrument of stabilization of economy and way out from the financial crisis. Let me point out some issues and perspectives in the creation of Customs Union.

The advantages of the Customs Union:

1. CU enhances the regional market and promotes exports of three countries, making them one of the most attractive markets in the world. Establishment of the Customs Union allowed forming a new common market of 170 million inhabitants.

For Kazakhstani producers market will grow by more than 10 times, which should provide a powerful impetus for the development of new modern facilities.

2. Acceleration of economic growth in member countries and openness of international integration. According to experts, the Customs Union will allow three countries to achieve by 2015, the total GDP of \$ 400 billion. Each state party will increase its GDP by 15.

3. Lack of customs borders between the countries allows entrepreneurs to cut costs and speed up the circulation of goods.

4. Attraction of investments in the economy of countries, as well as the establishment of joint Kazakh-Russian and Kazakh-Belarusian enterprises. So foreign investor, before investing will take into account not only the amount of domestic Kazakh market, but the total population of three countries.

5. One the most important advantages of the Customs Union - doubling of revenues from customs duties in the budget.

6. Unfortunately, about 95% of exports go to the primary sector, and 80% of foreign investment directed there. Therefore, the main effect, the country's leadership expect from participation in the Customs Union - to diversify the economy.

8. From joining the Customs Union the agricultural sector may win, as a huge market will be opened to a domestic producer of agricultural products.

9. A number of international instruments will be adopted in the framework of the Customs Union - technical, veterinary and sanitary regulations. Technical regulations of CU members will be united.

The disadvantages of the Customs Union:

1. It would be difficult to Kazakhstan to defend its economic and political interests, considering the dominance of Russia.

2. With the introduction of the Common Customs Tariff Kazakhstan raises its average tariff, which leads to higher prices for goods from the third countries, in

particular from China, Turkey, Korea and many other countries, which is a great drawback for consumers.

3. Due to the rise in prices of goods in Kazakhstan inflation is expected of 0.5% -1%.

4. Competition can be a heavy burden and a challenge for domestic business and it will be hard to sustain for many producers.

It is necessary to note that Kyrgyzstan, Tajikistan and Armenia are ready to become members of the Eurasian Union today. I am confident that other countries will join them soon. The most obvious reasons and the prerequisites for the creation of the Eurasian Union are the economic needs of the participants in the unification process, the orientation of their national economies to Russia since the Soviet Union. Among the important distinguishing social and cultural factors are languages, cultural and historical experience, and evaluation of the historical past.

Conclusion

In the article, an attempt is undertaken to tell you about the role of Kazakhstan and its President in successful implementation of the integration processes on the post-soviet space and the significance of economic integration for further development of our country. Integration of Kazakhstan in the Eurasian Union is considered from the European and national opponents viewpoint in the given article. According to the author the Customs Union and the Common Economic Space should not compromise the political sovereignty of our country in any way.

I believe, the idea of our President Nursultan Nazarbayev on the establishment of the Eurasian Economic Union since January 1, 2015 should provide both economic growth and building-up the common defensive capacity in Central Asia.

The implementation of declared by the president of Kazakhstan strategic approaches and initiatives would allow the Eurasian Union to achieve full internal integration and realize its foreign policy potential turning into one of the key

factors for the stability of the global political and economic systems. Therefore, today it is necessary to discuss actively the process of Eurasian integration in the political, scientific and expert community.

Notes:

1. Nursultan.Nazarbayev. Eurasian Union: From the Idea to the History of Future/ «Известия-Казахстан», 26 October, 2011.

http://www.akorda.kz/ru/speeches/articles/evraziyskiy_soyuz

2. VV. Putin. New integration project for Eurasia – future that comes today // Izvestija, 4 October 2011г. //http:// Izvestia.ru/news/504081

Customs Union of Russia, Belarus and Kazakhstan: The Issues of Formation and the Prospects of Development (International Scientific and Practical Conference). Russia, May 2011

3. EDB Integration Barometer 2012 – Saint Petersburg, 2012. – p. 68

4. Ilya Zlatkin. A Sovereign Surge, Not a Soviet Resurgence: The Mutualism of Eurasian Reintegration. The journal of Russian and Asian Studies, June 2012

5. Katharina Hoffmann. Eurasian Union - a New Name for an Old Integration Idea. Russian Analytical Digest No. 112, 20 April 2012

6. Mukhametzhanova D. Sh. Kazakhstan and world integration processes. – Almaty: KISS, 2011.

Сердобинцева Е. Н.

Пензенский государственный университет

РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА В
ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

В современной журналистике работает огромное количество людей, не имеющих журналистского образования. Почему-то считается нормальным, если редактор или журналист имеет экономическое, техническое,

историческое и даже филологическое образование. Это означает, что он хорошо разбирается в соответствующих аспектах социума. Однако «хорошо разбираться» не означает хорошо передавать информацию потребителям, что является основной задачей СМИ. Действительно, для журналиста очень неплохо иметь дополнительное образование в той сфере, в которой он работает: экономическое, юридическое, политологическое и т.п. Но здесь ключевое слово «дополнительное», предполагающее наличие основного журналистского образования.

Журналистика как сегмент культуры «фиксирует действительность и воздействует на нее» [1, 18]. Русская журналистика, зародившаяся в среде интеллигенции, которая жила интересами общества, долгое время ассоциировалась с нею. Это накладывало на журналистику определенные обязательства, связанные с этическими нормами и ответственностью. Ответственность, прежде всего, за правильную подачу информации, за просветительскую функцию СМИ, что требовало определенного уровня образованности (достаточно вспомнить Гиляровского, А. Твардовского, К. Симонова, Кольцов, И. Эринбурга, Г.Боровик, В.Песков и многие другие) и профессионализма.

Профессионализм предполагает наличие навыков, которые позволяют эффективно выполнять определенные операции в рамках профессиональной деятельности и определяют профессиональную квалификацию. И хотя профессионализм развивается с течением времени, он не может быть там, где нет начальной профессиональной базы, которая формируется теоретическим и практическим обучением.

Освещая любую сторону современной жизни, журналист должен хорошо разбираться в конкретном аспекте социума. Чтобы, например, преподнести политические новости не на уровне сплетен, а правильно разъяснив позиции разных политических групп, необходимо иметь хорошее политологическое образование. Эта позиция касается и экономики, и

экологии, и искусства и т.д. Журналистика формирует идеологию общества, распространяя общечеловеческие гуманистические идеалы культуры

Что же можно наблюдать сегодня в СМИ? В результате коммерциализации СМИ в журналистику хлынул поток людей, имеющих об этой профессии весьма приблизительное представление и, конечно же, не имеющих профессиональных навыков. Мы не будем затрагивать первые этапы работы с информацией. Остановимся на формах подачи материала.

Вспомним, что основной, базовой единицей журналистского творчества является текст, который строится по законам риторики. Журналисту необходимо иметь представление об этих законах.

Известно, что для человека характерна трафаретность мышления. Ее положительная функция заключается в ускорении усвоения информации. Этим пользуются профессиональные журналисты, подавая определенный вид материала в конкретном жанре. Жанр выступает неким трафаретом, помогая быстро усвоить информацию и правильно отреагировать на нее. В современной жанровой системе СМИ происходят всевозможные трансформации. Превалируют информационные жанры, потому что в аналитике надо иметь навыки размышлять, анализировать, а художественно-публицистическое творчество стало вторичным, потому что здесь надо не только навыки думать, но и творить, имея, в свою очередь, навыки работы с языковым материалом, с фондом изобразительно-выразительных средств. Однако и в информационной системе трудно определить жанровую принадлежность текста.

Первостепенную важность в журналистике приобретает навык владения грамотной речью. Для этого необходимы хорошие знания русского языка. Необходимо в очередной раз вспоминать, что речь, звучащая на радио и с телеэкранов, должна быть образцовой. Однако политика замены профессиональных дикторов на теле- и радиожурналистов, к сожалению, ведет зачастую к снижению уровня культуры речи.

Это ведет к снижению доверия к журналисту. И соответственно происходит формирование негативного имиджа конкретного СМИ, что, естественно, влияет на создание имиджа народа, который терпит непрофессиональный подход в журналистике, и, в целом, на имидж государства.

Библиографический список:

1. Страшнов С.Л. Просветительство и журналистика. Иваново, 2001.

Стрыгина Т. В.

Пензенский государственный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВОДИДАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ГУМАНИТАРНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ

Более чем двадцатилетний опыт российских педагогов по созданию программ и внедрению достижений компьютерной лингводидактики в образовательный процесс способствовал осмыслению целей, преимуществ использования электронных технологий в процессе обучения, подтвердил результативность методов и приёмов, используемых с учётом новых средств обучения. В настоящее время использование возможностей интерактивной доски, интернет-коллекций, применение электронных пособий разных типов позволяет говорить о вхождении подобных ресурсов в систему средств обучения, в частности русскому языку. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов по русскому языку, электронные учебные пособия, подготовленные под руководством профессором Н. Н. Алгазиной [1] (см.: рис.1, 2, 3), О. И. Руденко-Моргун [4, 5] (см.: рис. 4, 5, 6) и других учёных России, используются на разных этапах изучения материала: в процессе его объяснения, закрепления, повторения и обобщения, контроля.



Рис. 1.

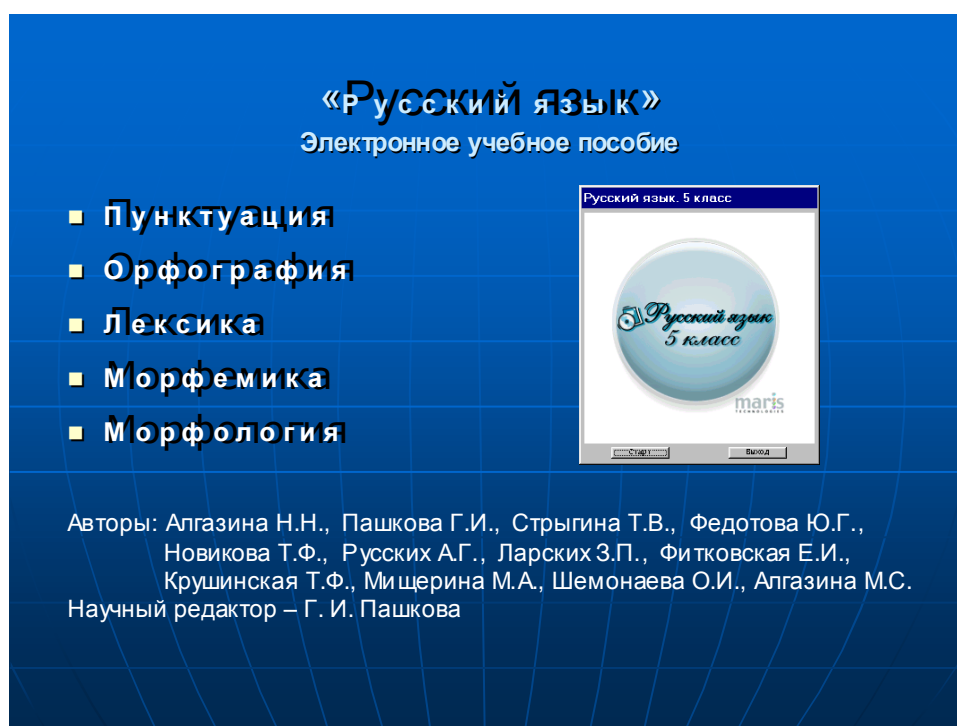


Рис. 2.

Русский язык 5 класс - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Русский язык 5 класс

Пользуясь опорным конспектом, выполните морфологический разбор имен существительных в следующих пословицах.

Определите морфологические признаки имени существительного.

Кончил **дело**, гуляй смело. Начальная форма – **дело**.

II. Морфологические признаки

постоянные		непостоянные	
род	падеж		
мужской	И.	В.	
женский	Р.	Т.	
средний	Д.	П.	
общий			
склонение	число		
1-е	ед.		
2-е	мн.		
3-е	только ед.		
	только мн.		

Рис. 3.

1С:Школа. Русский язык. 5–6 кл.
Морфология. Орфография

Русский язык
Морфология. Орфография

Обучение
Альбом
Справочник
Мои материалы
Журнал

Предисловие от автора
Над проектом работали

56

Добро пожаловать в класс!!!

© ЗАО «1С», 2008

Рис. 4.

1С:Школа. Русский язык. 6 кл.



Рис. 5.

Мастер-класс
профессора О.И. Руденко-Моргун (г. Москва)



Рис. 6.

Специальные компьютерные программы, выпуском которых занимаются крупные издательства России [2], помогают подготовиться к Единому государственному экзамену по русскому языку (см.: рис. 7).

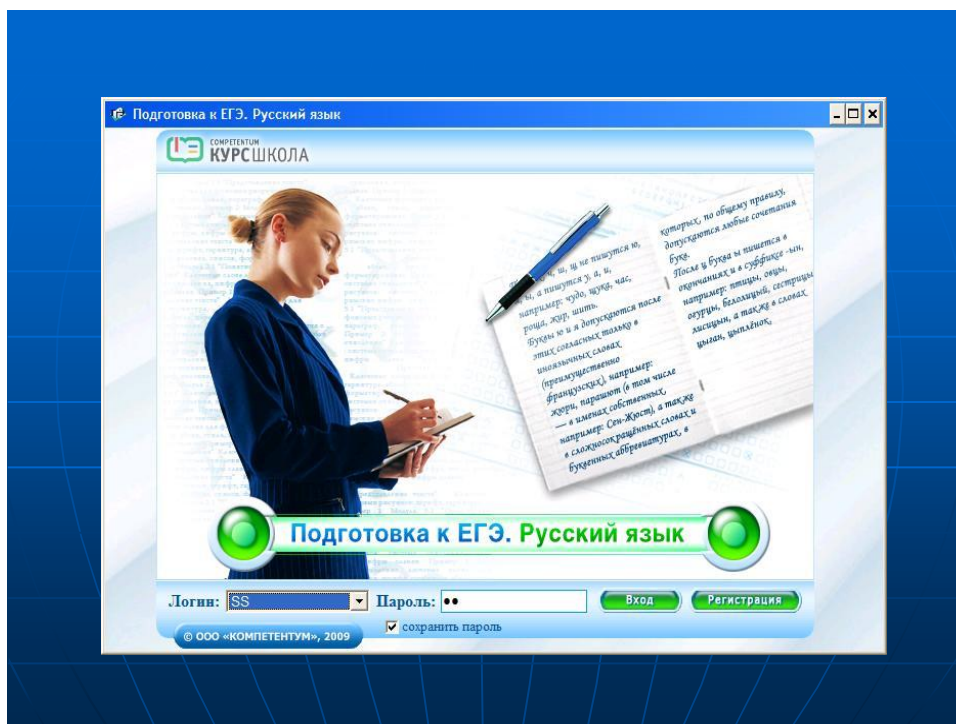


Рис. 7.

В последнее время востребовано внедрение системы электронного тестирования «Mimio Vote» в практику обучения русскому языку. Оперативность проверки знаний учащихся при применении специальных электронных пультов, возможность отследить результат каждого школьника и представить типичные ошибки в систематизированном виде делают указанное средство эффективным. В ряде регионов России, в том числе и в Пензенской области, накоплен опыт работы в данном направлении, например, учителями школ г. Пензы О. В. Каменевой, Л. Г. Молдановой, Т. В. Богдановой и другими педагогами, входящими в состав научно-исследовательской лаборатории «Использование информационно-коммуникационных технологий в преподавании русского языка» [3, 297 – 302]. Участники лаборатории И. А. Маркунас, О. В. Кавкаева систематически делятся опытом по использованию электронных ресурсов разных типов с коллегами, студентами (см. фотографии).

На наш взгляд, взаимное российско-казахстанское сотрудничество в сфере компьютерной лингводидактики позволит обогатить сложившуюся систему использования новых информационных технологий в образовательном процессе двух стран.

Библиографический список:

1. Алгазина Н. Н., Пашкова Г. И., Стрыгина Т. В., Федотова Ю. Г., Новикова Т. Ф., Ларских З. П. и др. Русский язык. 5 класс: Электронное учебное пособие. – М.: Просвещение-МЕДИА, 2005.

2. Анохина Е. А., Маркунас И. А., Стрыгина Т. В., Каменская Л. О., Кавкаева О. В., Сперантов В. В. Подготовка к ЕГЭ. Русский язык: Электронный учебный курс. – М.: ООО «Компетентум», 2009.

3. Стрыгина Т. В. Вуз – школа: активизация сотрудничества по использованию информационных технологий при обучении русскому языку // Инновационные технологии в обучении и воспитании: материалы Международной научно-практической конференции. – Т.1. – Елец: ЕГУ им. И. А. Бунина, 2008. – С. 297 – 302.

4. 1С: Школа. Русский язык. 5 – 6 класс. Морфология. Орфография: Образовательный комплекс / Под ред. О. И. Руденко-Моргун. – М.: 1С, 2006.

5. 1С: Школа. Русский язык. 6 класс: Образовательный комплекс / Под ред. О. И. Руденко-Моргун. – М.: 1С, 2009.

Султанбаева Г. С.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СВЯЗЬ В ОТНОШЕНИЯХ
КАЗАХСТАНА И РОССИИ

18 февраля 2003 г. Россия и Казахстан приняли клятву о вечной дружбе. Президент РК Н.Назарбаев сказал: «Мы являемся странами, у которых нет долгов, противоречий и нерешенных проблем друг с другом» [1].

Развитие информационно-коммуникативных отношений Казахстана с Россией создаёт информационные потоки нового направления в международном информационном пространстве. Политические информационные связи двух стран становятся активными в период крупных событий, происходящих на государственном уровне и во время деловых поездок глав государств. Например, Президент России В.Путин отметил, что «мы будем сотрудничать в противостоянии международному терроризму, транснациональной преступности и урегулировании региональных конфликтов. А также Россия и Казахстан в будущем будут реализовывать совместные важные информационные проекты, деловые встречи» [2].

Годы России в Казахстане, а также Казахстана в России значительно повлияли на развитие политических информационных процессов за счет установления стратегического партнерства и перспективного сотрудничества между двумя странами. Сегодня на рынке масс-медиа Казахстана преобладание российских периодических изданий и электронных СМИ, операторов телекоммуникаций объясняется стратегией владения глобальных мега-медиакомпаний транснациональным рынком информации и коммуникации.

В казахстанском политическом медиасекторе, начиная с «Первого канала», большая часть фондов электронных СМИ считаются государственным источником информации.

Также аудитория периодической печати в Казахстане является потребителем таких элитных и эксклюзивных изданий, как «Cosmopolitan», «Harper`s Bazaar», «Men`s Health», принадлежащих домам издательств «Индепендент Медиа», «Фэшн - Пресс», всемирно известной компании

«Sanoma WSOY», «Yes!», «The Moskow Times», издательским домам «Юнайтед Пресс», «Лиза», «Playboy» «Burda», «Oops!», принадлежащему РОК «Информационные системы» [3].

В деятельности ведущих коммуникационных операторов можно отметить совместный проект, посвященный развитию IT-индустрии, заключающийся в разработке спутника «Kazsat» и его запуска в космическое пространство.

Следующим направлением развития информационно-коммуникативных отношений между двумя странами являются деятельность операторов на рынке телекоммуникаций, главное место в котором занимает компания Beeline. К ним также относятся компания кабельного телевидения «Секател», информационные системы и агентства «АиФ-Казахстан» ЗАО «Евразия пресс», «Интерфакс».

По мнению автора, положительные факторы для информационно-коммуникативного пространства, возникающие при сотрудничестве и развитии масс-медиа и коммуникаций двух стран, определяются следующими факторами.

Профессиональная подготовка и обработка информации, касающейся всех важных государственных мер в политических отношениях Казахстана и России, например, глобальные саммиты и саммиты стран СНГ, политические встречи, пресс-конференции, брифинги, подписания меморандумов, и т.д. обеспечивают оперативное распространение, а самое главное - объективность политических коммуникативных сообщений, информации, сведений для Евразийского материка и стран мира.

Следующий фактор заключается в информационно-коммуникативной поддержке реализации проектов, охватывающих межкультурные, межнациональные, межконфессиональные отношения и сотрудничество в сферах искусства, образования и т.д. в рамках государственной

информационной политики, политических коммуникативных отношений между странами.

В связи с этим работа Интернет - портала, посвященного Году России в Казахстане [4], веб-портала Московского регионального общества «Қазақ тілі» [5] являются проектами, реализующими данные задачи и развивающими виртуальный диалог в глобальной Сети.

Самый мощный информационный поток наша страна получает из России. Можно отметить ретрансляцию высокопрофессиональных передач и радиостанций, периодическую печать с объемной аудиторией и Рунет с развитой поисковой системой.

Но все же, будучи активным участником казахстанского информационно-коммуникативного пространства, мобилизующим информационные потоки нашей страны, приоритетная позиция России часто критикуется со стороны общественных организаций и оппозиции.

В критических материалах об информационном поле Казахстана как симбиозе нескольких информационных потоков, выделяются следующие факторы [6]

В развитии информационно-коммуникативных процессов отмечаются проблемы языка. В привлечении массовой аудитории российские СМИ могут быть конкурентоспособными только среди русскоязычного населения. Но, если учесть, что главным источником информации для казахстанского населения является телевидение. то «Первый канал» России хотя и выходит в эфир с логотипом канала «Евразия» в Казахстане, все же главный информационный поток идет из России.

В ряду российских изданий со сформированной аудиторией в Казахстане можно отметить такие общественно-политические издания, как «АИФ-Казахстан», «Известия-Казахстан», «Новая газета – Казахстан», и т.д. В таких популярных российских изданиях публикуются и материалы местных фрилансеров и корреспондентов.

Наблюдается преобладание российской информации, политических сообщений в общественном медиаэфире, в том числе, в газетах «АИФ» и «Известия» и т.д., на канале «Евразия», распространяемой по всему Казахстану, а также увеличение доли обязательной информационной нагрузки.

С данной точки зрения приведем контент-анализ “Центра социальных технологий” по политике опубликования информационных событий ведущих республиканских изданий в зависимости от их социально-политического значения, проведенного в октябре 2006 г. [7]. Для проведения анализа были собраны материалы казахстанской периодической печати, а также таких российских изданий, как «МК в Казахстане», «Комсомольская правда – Казахстан», «Аргументы и факты – Казахстан», «Труд – Казахстан», «Новая газета - Казахстан», «Известия – Казахстан. В зависимости от степени важности информации были отобраны следующие значимые события:

- выборы районных и областных акимов в Республике Казахстан;
- официальный визит Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева в США;
- положительная оценка кампании по борьбе с коррупцией, проводимой в Казахстане;
- восстание шахтеров и металлургов в Карагандинской области;
- положительная оценка переговоров Президента Республики Казахстана Н.Назарбаева и Президента Российской Федерации В.Путина в г.Уральск.

Как показывают эмпирические исследования «Центра социологических технологий», эти пять значимых информационных событий, происходящих в социально-политической жизни Казахстана в октябре 2006 года, российские издания, издаваемые в Казахстане, не воспринимали как главное информационное событие.

По мнению автора, неинформированность казахстанской аудитории, потребляющей российскую медиапродукцию, о политических событиях и новостях, происходящих в своей стране, должна рассматриваться как один из факторов, создающий риск в формировании политического сознания гражданина как политического участника.

В таком случае, официальная политическая власть страны должна рассматривать вопросы не отдаления населения от процессов политической коммуникации с помощью отечественных каналов, а наоборот, способствовать тому, чтобы они стали активными участниками, исполнителями, наблюдателями данного процесса. Необходимо рассматривать это как главное направление государственной информационной политики.

Рассмотрим динамику развития главных информационных потоков казахстанско-российской стороны. Наблюдается преобладание стабильной аудитории у российских эфирных каналов, распространяющихся в нашей стране, по сравнению с аудиторией местных телеканалов и радиостанций. Причиной данного процесса является то, что качество и конкурентоспособность отечественной телепродукции ниже по сравнению с российской.

Развитие отечественного ТВ как активного участника массовых информационно-коммуникативных процессов требует полной независимости. В свою очередь, можно отметить «31 канал», признанный своей положительной политической позицией на казахстанском медиарынке и ставший владельцем наибольшего количества акций российского телеканала «СТС».

По мнению экспертов, в числе следующих проблем необходимо отметить вопросы о внесении изменений в закон, регулирующий Интернет - пространство Казахстана. Они считают, что это увеличило бы процесс миграции потребителей отечественного сектора Казнета в зону Рунет и

помешал бы развитию политических коммуникативных процессов, пространства виртуальной политической информации, Интернет-бизнеса, Интернет-рекламы [8].

Данные проблемы, возникающие в масс-медиа и секторе Интернет приводят к ослаблению отечественных информационных потоков. Это, в свою очередь, влияет на массовый переход казахстанских граждан из национальной зоны Казнет в российские, зарубежные Интернет - секторы.

Хотя проблемы необходимости серьезной национальной информационной политики, информационной безопасности обсуждаются в органах власти, в решении и регулировании данных проблем, возникающих в сегменте информационного пространства и информационных потоков, требуются политическая воля.

Отечественные масс-медиа на рынке конкурентоспособности в первую очередь должны совершенствовать свою деятельность как мощное и потенциальное средство, распространяющее вопросы государственной важности среди населения и обеспечивающие совершенствование политических коммуникативных связей между властью и промежуточными группами.

Конечно, активное развитие рынка масс-медиа между двумя странами ставит на повестку дня ряд указанных проблем. Для того, чтобы такие процессы больше не возникали, с точки зрения отечественной государственной информационной политики необходимо рассмотреть и реализовать меры повышения конкурентоспособности отечественного телевидения.

Превосходство потоков информационно-коммуникативных процессов только со стороны России требует пересмотра некоторых законодательных актов и правил в сфере масс-медиа.

Но, по мнению автора, необходимо отметить, что динамика развития политических коммуникативных процессов между Казахстаном и Россией

происходит в значительной положительной позиции. Это, в первую очередь, касается профессионального развития политического коммуникативного обмена, возникающего вследствие развития международных политических процессов, основанных на дружбе и согласии двух стран.

Библиографический список:

1. Осипов О. Россия и Казахстан поклялись в вечной дружбе // РИА "Новости". – 2003. – 18 февраля
2. Осипов О. Россия и Казахстан поклялись в вечной дружбе // РИА "Новости". – 2003. – 18 февраля
3. Корпоративтік бұқаралық ақпарат құралдары: тәжірибесі, мәселелері, келешегі // Санкт-Петербург мемлекеттік университеті МассМедиа орталығы XI халықаралық мектебі. Спб, 2008. – 29 маусым-6 шілде
- 4.<http://www.russia.kz/index.html>
- 5.<http://kazakh-tili.ru/?show=news&id=474>
6. Два разных ТВ – два разных Казахстана //Республика - деловое обозрение. – 2009. - 10 июля
- 7.http://ia-centr.ru/archive/public_detailsdefa.html?id=244
8. Два разных ТВ – два разных Казахстана //Республика - деловое обозрение. – 2009. - 10 июля

Титунина К. В.

Пензенский государственный университет
РОССИЯ В ЛИЦАХ: Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКИЙ

СМИ играют огромную роль в распространении информации о людях, которые внесли существенный вклад в развитие страны, и это самый универсальный канал, который доступен каждому.

Нами проведен анализ различных по типологии периодических изданий как отечественных, так и зарубежных, с целью выяснить, как СМИ формируют образ выдающихся деятелей России. Считаем это одним из важных факторов создания имиджа государства. Нас заинтересовала личность русского философа, учёного, критика, публициста и писателя Н.Г. Чернышевского.

С помощью СМИ жители нашей страны и зарубежья могут составить определённый портрет знаменитого человека, сформировать мнение о нём. Мы выяснили, что подавляющее большинство сведений в периодической печати о Николае Гавриловиче Чернышевском относится к фактам о его жизни и творческой биографии; систематизирована та информация, которую обязан знать россиянин и с которой может познакомиться любой иностранный гражданин. Конечно, не все сведения о Н.Г. Чернышевском находят отражение в СМИ: как правило, авторы журнальных статей не акцентируют детали. Мы обнаружили, что в некоторых случаях могут создать и неверное представление о человеке или его деятельности. Например, 14 мая 2012 года на сайте «ИноСМИ» была выложена статья из одного из самых популярных американских изданий “The Daily Beast” под названием «Семья Дзядко: братья по оружию», в которой автор допускает грубую ошибку, приписывая «вопрос Александра Ивановича Герцена» («Кто виноват?») Чернышевскому: «Их передача посвящена классическим - так называемым проклятым - вопросам русской интеллигенции, которые были подняты еще Николаем Чернышевским в XIX веке - «что делать?» и «кто виноват?...» К сожалению, такие серьёзные недочёты тоже имеют место быть.

СМИ занимают одну из лидирующих позиций среди остальных источников информации: журналистика формирует и представление о человеке и о стране, в которой он живёт или жил, что является компонентом имиджа государства. В контексте проблематики конференции считаем, что обозначенная проблема отличается новизной и актуальностью: мы предприняли попытку рассмотрения образа писателя как представителя нации в данном случае посредством интерпретации его образа в периодической печати.

Тусупова К. Д.

Казахский национальный университет им. Аль-Фараби,

Научн. рук. – Нуржанова Ш. С.

ИМИДЖ РОССИИ В КАЗАХСТАНСКОМ МЕДИА КОНТЕНТЕ

Все мы знаем, что развитие любого государства невозможно в отрыве от глобального мирового пространства. Это мировое пространство, в первую очередь, составляют страны которые граничат и также тесно сотрудничают с государством. И именно они имеют возможность объективно судить о реальном и воображаемом имидже страны-соседки. По Наумову, имидж страны – это комплекс характеристик государственной системы. Этот комплекс включает в себя экономические, географические, национальные и другие факторы. Освещение и развитие тематики Российского имиджа в

Казахстане осуществляется при всестороннем учете глобальных международных тенденций.

Общее историческое прошлое основал фундамент тесным взаимосвязям двух государств. В настоящее время они лишь развиваются, создавая двусторонние имиджевые медиа покрытия в СМИ.

В своем докладе я хотела бы остановиться в частности к тематике по рассмотрению роли новых медиа в создании и развитии благоприятного имиджа России в Казахстане. От 58 до 60% населения нашей страны являются активными пользователями всемирной сети Интернет. Основную часть из этих показателей составляют молодое поколение Казахстана. Какие же все таки разделы новостей или типы информации наиболее распространены в стране и с построением какой иерархии их можно указать?

По окончанию мониторинга можно прийти к следующим сведениям:

1. Имидж власти: полтитка и имидж певого лица страны;
2. Влияние шоу-бизнеса на имидж страны в целом;
3. Имидж экономики;
4. Внешнеполитический имидж (здесь же имидж вооруженных сил Российской Федерации);
5. Имидж информационной политики государства, имидж СМИ;

Казахстанский народ является постоянным потребителем, иными словами, «рецепиентом» информационных продуктов и контента России. Кроме традиционных СМИ, формировании имиджа России играют важную роль социальные медиа. Они в частности и создают реальный, нежели смоделированный имидж России. Уже в скором будущем, когда всемирная сеть Интернет перейдет в форму BigDATA, точнее человечество будет пользоваться DATAжурналистикой. Формирование имиджа всех стран, также имидж России в Казахстане трансформируются в иные, новые формы.

По окончании, хотелось бы сказать, все самое главное в ценностях журналиста. Ведь в их руках имидж прошлого и настоящего страны, нас всех, имидж будущего.

Shyngysova N.

ENVIRONMENTAL PROBLEMS IN THE KAZAKH MASS-MEDIA

Ecological education and training should cover all society. Environmental organizations and the media play an important role in the environmental literacy of the people.

One of the saddest events in the history of Kazakhstan - the consequences of nuclear testing in the Semey range. During a nuclear explosion in 1949, people were looking at it with interest. Children climbed on the roof to see the large mushrooms, but it exploded in the air. More than 400 nuclear tests have caused great harm to the health of residents of Kazakhstan. Residents were not warned about the consequences of the landfill. Only 4 years later, they moved temporarily from these hazards. But after the explosion, they returned home again. The children began to be born with disabilities, and people with the disease of cancer increased. Before independence, the country did not extend to information about diseases, acquired from the landfill. Many people died. There was a severe threat for the future of our nation. In Semey mental illness began to spread, the life of inhabitants declined.

As a result of testing in the atmosphere, lithosphere and hydrosphere in very large quantities of radioactive materials graduated. This would harm not only the Semey nuclear test site, but the neighborhood of radioactively polluted. To date, all the power of nuclear explosions, will greatly affect the people, not fully understood. The first real data on the Semey came out as a result of the range of environmental health research at the Science Academy.

Effects of the landfill which was held in the Soviet Union are still being felt. Media supported the Communist Party and remained silent about it. Olzhas Suleimenov took up closure of the landfill, and only in 1991, after the head of state Nursultan Nazarbayev signed a decree on "Closing the Family nuclear test" , then media started writing about it.

The second ecological disaster is the Aral Sea. Previously, sea was the fourth by volume in the world. Scientists have made a lot of effort to address the problems of the Aral Sea. Total volume of water began to decline in 1957, the level went down. In 1957, near the sea there was the first flight of a rocket into space in Baikonur. Newspapers and magazines printed about it, and television and radio transmit it, the first flight into space was an important event. But no one thought about the fate of the Aral Sea. International Fund considers many projects to preserve this natural resource. Today in environmentally hazardous areas of the Aral Sea women and children have gastrointestinal disorders, anemia, etc.

Radiation, contaminated toxic media, potential threat of chemical weapons threaten the health and lives of people. Manufacturing facilities that emit toxic industrial goods on the environment, causing discontent residents. There is passing about it every day on the news. Residents in front of the camera trying to show all the anger and rage. Residents suffering from ill health, forced to close all doors and windows tightly, because air is bad. Today in Kazakhstan many research works are devoted to the subject of the environment. Environmental Code was adopted in 2007. Research are conducted on the spaceport "Baikonur" , questions about the health of residents and environmental conditions are solved.

The environmental disaster originated as a result of the deterioration of the soil, reduce water, deforestation, radiation, accumulation of toxic substances in many regions of Kazakhstan. In many places media has been actively involved in raising literacy ecological society. For example, magazine "Hydrometeorology and Environment" is published in Akmola, also the regional

newspaper "Ecological Bulletin" is produced. There is a powerful ministerial website. Also "Environmental information and analytical bulletin" and the central newspaper "The environment" will be published.

Formation of ecological culture, the beneficial use of nature should be studied in schools and universities. Today environmental subjects are not held equally. Therefore it is necessary to introduce the production of research, innovation and high technology.

In Kazakhstan, the environmental issues is given a number of activities. It is important to note that, at the test sites and spaceport "Baikonur" studies are conducted radiation checks in northern and eastern regions. And all these noble activities are published by media. Environmental issues surround transpired as the direction of the state information policy and the mainstream media (AGENCY "Kazakhstan", "Khabar", Kazakh Radio, 59 national publications) distributed as a public order.

Media considered not only the problem but also offer ways to solve environmental problems. For example:

1. To conduct an interpretation of socio-economic and environmental conditions of inhabitants in environmentally hazardous parts;
2. To provide people with quality water;
3. Given the impact on the environment to conduct nuclear research treatment measures, to appreciate the ecology of the environment, etc.

So when it was silent media, now it often talks about ecology.

Щеблыкин И.П.

Пензенский государственный университет

РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В УКРЕПЛЕНИИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ
ОТНОШЕНИЙ

В развитии позитивных межнациональных отношений ведущую роль играют три фактора: экономический, правовой и культурно-идеологический. Есть и другие факторы, но перечисленные три – основные. При этом они должны быть в единстве.

И действительно нельзя построить здоровые межнациональные отношения, если экономика страны будет слабой, а то и нищенской. Нельзя надеяться на установление хороших национальных отношений внутри страны, если у неё не будет прочной правовой базы. Наконец, может быть сильная экономика и оптимальная правовая основа, но в загоне окажется культурно-идеологический фактор – там также нельзя построить нормальные межнациональные отношения.

Как же регулировать, развивать эти факторы, кто будет добиваться их единства?

Разумеется, правительство. Но правительству порою так тяжело, а его члены так часто меняются, что ему, правительству, порою просто невозможно не только регулировать развитие этих факторов, но даже и осознать их значение.

И вот тут как раз и выясняется особо важная роль *журналистики*. Именно она может и должна выполнить роль помощника и государства, и общества в части закрепления *единства* перечисленных факторов. Конечно, это могут делать и другие общественные институты, но журналистика – в первую очередь.

Именно журналистика может и должна оказаться тем лучом в «тёмном царстве» человеческих отношений (в первую очередь национальных), который сможет осветить необходимый и правильный путь развития всего общества в целом.

Из этого ясно, что в современных условиях мы не можем удовлетвориться широко бытующим суждением о том, что основное назначение журналистики состоит якобы в выработке, в создании

информационного продукта. В освещении, в показе того, *что, где и как* произошло и *чем* завершилось. Конечно, всё это важно с точки зрения перспектив общественной жизни. Однако считать такую установку главным направлением в развитии СМИ, по нашему мнению, недостаточно и даже сомнительно. Это спорная установка.

К сожалению, она прочно закреплена в сферах современных медиа. Радио, печать, телевидение – что это такое? Как правило, говорим: СМИ, то есть средства массовой *информации*. Не средства общественного *воздействия* или воспитания (в том числе воспитания здоровых национальных отношений), а средства *информации*.

Отсюда главной изюминкой СМИ, основным условием творческого успеха считается наличие в том или ином информационном продукте – *сенсации!* И это уже совсем плохо, если главной целью в работе журналиста будет погоня за сенсацией.

А ведь часто так и бывает на практике в работе того или иного журналиста.

Но время сейчас уже другое. Нам не сенсации нужны, а *устроение* экономики, правовых и нравственных отношений.

Межнациональные отношения отладятся, если будет здоровая экономика и нравственность. И вот в эту сторону, на выработку нравственности, а вместе с нею здоровых правовых отношений и здоровой сильной экономики должны быть направлены усилия СМИ. Тогда крепче будут и межнациональные отношения.

Библиографический список:

1. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М. – Спб., 2003.
2. Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.
3. Щерблыкин И.П. Публицистика разных лет. Пенза, 2010.

Оглавление

Абдиманулы О.	
НОВАТОРСКИЙ ОБЛИК КАЗАХСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ	3
Аргынбаева М. Х.	
ОПЫТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ	10
Арехина Д. В.	
ОСВЕЩЕНИЕ РОССИЙСКО-КАЗАХСТАНСКИХ ОТНОШЕНИЙ В «РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЕ»: К ВОПРОСУ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ	13
Асембаева Б. О.	
ИЗ ИСТОРИИ КАЗАХСКИХ РУКОПИСНЫХ КНИГ	19
Ахметова Л. С.	
ИМИДЖ РОССИИ В КАЗАХСТАНЕ: ВЗГЛЯД УЧЕНОГО	24
Барлыбаева С. Х.	
КАЗАХСТАНСКАЯ ПРЕССА О ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ	30
Жетписбай Бекболатулы.	
ПЕРСПЕКТИВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ	38
Велитченко С. Н.	
РОССИЙСКИЕ ГЛЯНЦЕВЫЕ ЖУРНАЛЫ КАК ЦЕННОСТНАЯ МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ	45
Денисенко О. В., Стрыгина Т. В.	
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ФОТОГРАФИИ И АНАЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА В СЕМИОТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ESQUIRE»)	49
Дудинова Е. И., Мухамадиева Л. И.	
ЭЛЕМЕНТЫ ПРОПАГАНДЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИА-ТЕКСТАХ О КАЗАХСТАНЕ: РЕДАКТОРСКАЯ ОЦЕНКА	52
Жуков А. С.	
ПРОБЛЕМА ВЕРИФИКАЦИИ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ	61
Казеева К.С.	

ОБРАЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА	64
Ложникова О. П.	
РОССИЙСКИЕ РАДИОСТАНЦИИ В КАЗАХСТАНЕ	67
Муканова Г. К., Бацких Д.	
ЦЕННОСТНЫЙ ДИАЛОГ, К ИМИДЖУ РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ.....	73
Муканова Г. К., Нуржанова Ш. С.	
СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА	78
Мухамедиева Н. Б.	
РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ШОУ-БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ	82
Негизбаева М. О.	
РОЛЬ PR В СОЗДАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ	85
Ниязгулова А. А.	
ИМИДЖ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ КАЗНУ ИМ. АЛЬ-ФАРАБИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	91
Ногайбаева Ж. А., Есхуатова Н.	
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ: ТРЕНИНГОВЫЕ ИГРЫ.....	96
Ногайбаева Ж. А.	
РОЛЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ .	104
Нода Л. П.	
ИМИДЖ РОССИИ В СМИ КАЗАХСТАНА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	111
Одинокова Н. Н.	
СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТАТАРСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	119
Рева Е. К.	
ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА В СВЕТЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАУКИ	123
Сарбаева Р. Е.	

INTEGRATION PROCESSES IN EURASIA.....	125
Сердобинцева Е. Н.	
РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА.....	135
Стрыгина Т. В.	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВОДИДАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ГУМАНИТАРНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ.....	138
Султанбаева Г. С.	
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СВЯЗЬ В ОТНОШЕНИЯХ_КАЗАХСТАНА И РОССИИ.....	143
Титунина К. В.	
РОССИЯ В ЛИЦАХ: Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКИЙ.....	150
Тусупова К. Д.	
ИМИДЖ РОССИИ В КАЗАХСТАНСКОМ МЕДИА КОНТЕНТЕ.....	152
Shyngysova N.	
ENVIRONMENTAL PROBLEMSIN THE KAZAKHMASS-MEDIA.....	154
Щеблыкин И.П.	
РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В УКРЕПЛЕНИИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	156

Имидж России в современном
медиапространстве:
российско-казахстанский диалог

Материалы Международной научной видеоконференции
(16 апреля 2013)

Издание подготовлено в авторской редакции

Ответственный редактор и составитель: кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики ПГУ Е.К. Рева