

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

---

Журналистика факультеті  
Факультет журналистики  
Faculty of Journalism

**I ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ФОРУМЫ**

Алматы, Қазақстан, 2022 жыл, 4-7 сәуір

Студенттер мен жас ғалымдардың  
«**ФАРАБИ ФОРУМЫ**»  
атты халықаралық ғылыми конференциясының  
**МАТЕРИАЛДАРЫ**  
Алматы, Қазақстан, 2022 жыл, 4-7 сәуір

**I МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИ ФОРУМ**

Алматы, Казахстан, 4-7 апреля 2022 года

**МАТЕРИАЛЫ**  
международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«**ФАРАБИ ФОРУМ**»  
Алматы, Казахстан, 4-7 апреля 2022 года

**I INTERNATIONAL FARABI FORUM**

Almaty, Kazakhstan, 4-7 April, 2022

**MATERIALS**  
International Scientific Conference of Students  
and Young Scientists  
«**FARABI FORUM**»  
Almaty, Kazakhstan, 4-7 April, 2022

Алматы  
«Қазақ университеті»  
2022

---

**Ғылыми редактор:**  
Ф.ғ.к., доцент Мысаева Қ.

**Редакция мүшелері:**  
PhD, Ақынбекова А.  
Ф.ғ.к., доцент Губашева Д.  
PhD, Слямғажы А.

**Студенттер** мен жас ғалымдардың «Фараби форумы» атты халықаралық ғылыми конференциясының тезистері 4-7 сәуір 2022 ж. – Алматы: Қазақ университеті, 2022.  
– 171 с.

**ISBN 978-601-04**

© КазНУ имени аль-Фараби, 2022

---

## СЕКЦИЯ 4. DIGITAL PR И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

### МЕЖЭТНИЧЕСКОЕ СОГЛАСИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СМИ

*Муса Н.М.*

*КазНУ им. аль-Фараби*

*PhD докторант 1-го курса*

*факультета журналистики*

*Руководитель: ф.ғ.к., доцент Мысаева К.Н.*

Согласно данным World Population Clock 2021 года, население Земли составляет приблизительно 7,9 миллиарда человек и все они имеют разную этническую, культурную, языковую, расовую и религиозную принадлежность. Примерно 4-5 тысяч наций существуют во всем мире. Они состоят из различных этнических групп и национальностей, поэтому крайне важно поддерживать межнациональное согласие в многокультурных странах.

На сегодняшний день глобализация сопровождается интеграцией культур, стиранием национальных черт, сближением экономик, принципов, упрощением коммуникационных и миграционных процессов, возникновением союзов, интеграций. Но, с другой стороны, появляется желание защитить и развивать самобытную национальную культуру, язык, и традиции. На фоне этих противоречий фиксируются межцивилизационные конфликты. Это противоречие может вызывать не только локальные конфликты во взаимоотношениях между народами, но также между отдельными представителями многонациональных стран.

По данным исследователей, на развитие толерантности личности влияют объективные и субъективные факторы. Индивидуальные и возрастные особенности относятся к субъективным факторам. Объективными факторами являются влияние семьи, социальной среды и средств массовой информации [1].

Следовательно, возвращение чувства интернациональной толерантности, которое может формировать СМИ, обеспечило бы мирное сосуществование всех наций и этнических групп, населяющих планету. Материалы СМИ не только информируют людей, но и по-настоящему формируют массовые представления и настроения. Таким образом, важен факт как СМИ освещает этнические вопросы, в каком ракурсе представляют факты и события.

За последние годы больше всего межэтнических конфликтов среди стран ЦА произошло в экономически наиболее успешном государстве региона – Казахстане, который, как и Россия, испытывает сильное демографическое воздействие иноэтнических по составу миграционных потоков [2].

Транслируемая средствами массовой информации этническая информация прививает у людей отношение к своему этническому единству, национальной целостности.

Примечательно, что СМИ могут быть непосредственными участниками этнических конфликтов. Здесь есть и разрушительная форма деятельности СМИ. Это - пропаганда ложных этнических мифов, одностороннее или предвзятое представление этнических, расовых или религиозных конфликтов, использование слов и выражения, а также носящие обвинительный, оскорбительный, унижительный характер и т. д.

В связи с этим можно выделить основные цели методологии СМИ в этническом аспекте:

1. Организация и деятельность «этнических» СМИ (этнолингвистический аспект проблемы, подготовка медийных работников, этнолингвистическое вещание и др.) [1]
2. Привлечение соответствующей этнической аудитории.
3. Представление, содержание, направленность и возможное влияние актуальной этнической информации.
4. Формирование ролевой и гражданской позиции журналистского пула, освещение вопросов этничности и толерантного этнического сознания аудитории.

Политкорректность является необходимым условием распространения через национальное информационное поле идей гуманизма, толерантности, взаимопонимания, культурного и политического диалога согласно мнениям, казахстанских ученых. Любое СМИ будь оно национальное, в формате печати или электронной, независимо от идеологических убеждений, партийных, политических ориентаций должны быть проводниками корректного поведения [5].

3. Павел Аксенов. BBC News. 2014. [Электрон. ресурс]. URL: [https://www.bbc.com/russian/international/2014/10/141022\\_watergate\\_scandal](https://www.bbc.com/russian/international/2014/10/141022_watergate_scandal)
4. Условия осуществления расследовательской деятельности журналистов. evartist.narod.ru. [Электрон. ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text9/31.htm>

#### **«ЯЗЫК ВРАЖДЫ» В ЖУРНАЛИСТИКЕ**

*Канатова Асем  
КазНУ им. аль-Фараби  
магистрант факультета журналистики  
Научный руководитель: Ибраева Г.Ж.  
д.п.н., профессор*

Разжигание ненависти представляет собой серьезную проблему для современной журналистики. Социально сознательные журналисты были справедливо встревожены тем, как быстро сообщения, наполненные ненавистью, проникают в комментарии в Интернете и часто переполняют их. Меньше говорят о том, как собственные профессиональные процедуры журналистов – в том числе о том, как определяются новости, – могут усилить голоса пропагандистов ненависти. Кроме того, существуют средства массовой информации, пропагандирующие нетерпимость, выступающие в качестве идеологических выразителей и сторонников сил ненависти, от ксенофобов до религиозных экстремистов.

Первая - единственная категория, которая должным образом обозначена как “разжигание ненависти”; это то, что, согласно стандартам, в области прав человека, требует юридического вмешательства. Второй поднимает этические вопросы, но, как правило, не должен подвергаться юридическим ограничениям, поскольку свобода слова должна включать право оспаривать глубоко укоренившиеся убеждения. Третье может восприниматься как ненависть его элитными целями, и часто это то, о чем думают чиновники, военные и полиция, когда они ссылаются на разжигание ненависти в качестве оправдания для подавления средств массовой информации.

Навешивание ярлыка на что-то в остальном безобидное как “разжигание ненависти” и использование его в качестве предлога для подавления критики доминирующих ценностей и институтов, по понятным причинам, породило цинизм среди многих журналистов. В качестве защитной реакции они отступают за свое законное право на свободу выражения мнений.

Тем не менее, юридические ограничения не должны определять границы профессионального поведения. Многие принципы, которыми руководствуются журналисты, такие как защита конфиденциальности, не навязываются законом и действительно могут противоречить закону, но, тем не менее, добровольно принимаются в качестве вопроса этики.

Аналогичным образом, журналистам необходимо развивать свои этические способности, чтобы реагировать на реальный риск пропаганды серьезного вреда. Этические стандарты, касающиеся разжигания ненависти, по-прежнему находятся в стадии разработки. Существует ряд тревожных тенденций, которые заслуживают более пристального изучения и обсуждения.

#### **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМАТИКИ И ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКИХ И ЮЖНО-КОРЕЙСКИХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ**

*А.Н. Коксегенова  
КазНУ им. аль-Фараби  
магистрант 2-го курса  
факультета журналистики  
Научный руководитель: Абылкасымова А.Т.*

Телевидение, безусловно, является самой популярной платформой для потребления новостей, а также наиболее контролируемым государством типом СМИ. Оба явления возникли в аналоговую эпоху и остались заметными в цифровую эпоху, даже в большей степени, чем раньше, в основном из-за постоянного предпочтения контролируемых государством каналов при распределении спектра, а

4. Официальный сайт Глобального форума конвергентных и природоподобных технологий.  
Режим доступа: URL: <http://conf.nmg.su/tu>

### **ФРЕЙМИНГ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА МИГРАНТА**

*Турлаш Г.Л.*

*КазНУ им. аль-Фараби*

*магистрант 2-го курса*

*факультета журналистики*

*Науч. рук.: к.ф.н., доц. Негизбаева М.О.*

В английском языке слово (frame) может быть глаголом и существительным. В первом случае (to frame) имеется в виду действие по созданию журналистом определенного образа действительности. По большому счету, получается, что to frame – это, собственно, и есть процесс фрейминга (на русский язык этот глагол буквально может быть переведен как «(за) фрейминговать») [1].

По правилу фрейминга важно не то, что говорят, а то, как это говорят. Усиливают воздействие фрейминга - авторитетное лицо, лидер общественного мнения, тональность текста, интонация речи, фото, видео, заголовки, цитаты и т.п. Фрейминг-технологии актуальны и требуют серьезных научных исследований.

Фрейминг по теме миграции сформировал стереотипы о мигрантах: неопрятный внешний вид; инфицированы опасными заболеваниями; не имеют образования и профессиональной квалификации, используются в качестве чернорабочих; плохо знают русский язык; берутся за любую, самую тяжелую и грязную, работу, которую не хотят выполнять коренные жители, готовы трудиться за многократно меньшую заработную плату, отличаются сплоченностью, образуют этнические криминальные группировки, занимаются ограблениями, наркоторговлей, контрабандой оружия и причастные к терроризму; осуществляют отток денег из страны пребывания в родную страну.

Миграционные темы становятся популярными в СМИ, главным образом, после освещения негативных сторон или во благо официальных властей. Медiateксты о мигрантах сопровождаются фотографиями, что привлекает внимание общественности и облегчает восприятие информации. В основном это группа плохо одетых мужчин с безэмоциональными и изнуренными лицами. Это подразумевает как положительные, так и отрицательные статьи. Такой информационный инструмент представляет мигрантов как серую толпу или массу, где нет места для индивидуальности.

Миграция может быть созидательной экономической и социальной силой, вызывающей приток динамичных работников, развитие экономики и общества, обогащение культуры. Особенно ощутимые выгоды миграция приносит странам со стареющим населением и недостатком трудовых ресурсов.

Во всем мире развернулась самая настоящая борьба за трудовые ресурсы. Трудовая миграция стала частью международных экономических отношений. Давая определенные преимущества странам, принимающим рабочую силу и поставляющим ее, она в то же время порождает немало проблем [2].

Задача СМИ - обеспечить должное восприятие общественностью проблем миграции: понимание глобальности данной темы, объективная оценка миграционных процессов, формирование «нормального» имиджа мигранта, разъяснение законов и правил трудовой миграции и эмиграции.

Список использованных источников:

1. Казаков А.А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию / Изв. Сорат. уни-та. Серия Социология. Политология. 2014. Том 14. Вып. 4. С.86
2. Каламанов, В.А., Моисеенко, В.М. Управление миграционными процессами: учебное пособие. – М: ГОУВПО ГУУ, 2003. - 223 с.

The main characters of the cartoon mercilessly beat and even kill other characters, often showing his brutal actions full of anger. When a child grows up seeing this, he develops firmness, ruthlessness, and compassion.

To demonstrate over and over again actions that pose a threat to life in real life. Performing this activity can pose a serious threat to the child's life. For example, there is a case when a child fell from a high-rise building and died after watching "Spider-Man" in the cartoon.

The manifestation of an unfriendly, tactless attitude towards people, animals, and plants. It is the return of rude speech, obscene actions, harshness, cruelty.

American researchers have found that the majority of TV viewers are children and teenagers. According to them, each child spends about 30% of their time in front of the screen. In this regard, the researchers also proved that the child sits in front of the TV for 5 thousand hours before going to school and 19 thousand hours before graduation. At the same time, about 17 deaths and 37 acts of Mercy are seen in our children every day. This allows you to see how much television affects the formation of your child's worldview and nervous system.

Take into account the age of the child, show children under 3 years of age cartoons with animals, short poems.

Children over 3 years of age should be shown cartoons about loyalty, friendship, and friendly relations between people. Be sure to discuss it after the cartoon ends. Finally, through the cartoon, the child's thinking increases, thereby adapting to life.

#### Bibliography:

1. Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World. Author: Gordon L. Berry & Joy Keiko Asamen. Publisher: SAGE Publications, Inc. Publication year: 1993
2. Children's Television and the Arts: The Fifth National Symposium on Children and Television, November 2, 3, 4, 1975, Atlanta Memorial Arts Center
3. Building emotional intelligence: practices to cultivate inner resilience in children (Linda Lantieri and Daniel Goleman)

### **SOCIAL ADAPTATION OF KANDAS: CULTURAL AND LANGUAGE BARRIERS**

Murat Almaz Talgatuly  
Journalism faculty, International journalism  
Academic adviser: Negizbayeva M.O.

Ethnic repatriation is an important part of the integration of migrants into the cultural and social environment of their historical homeland. Thanks to repatriation, migrants can return to their historical homelands and be a thread of a common ethnic identity.

Since 1991, a program has been launched in Kazakhstan to support ethnic kazakhs and their return to their historical homeland [1]. Kazakhstan hosted ethnic kazakhs from Uzbekistan, Kyrgyzstan, Iran, China, Mongolia and Russia. The migrants were given the status of "kandas" and helped financially and socially. The main criteria for obtaining this status is that the migrant should be of kazakh nationality [2].

The government focuses most of its attention on the material support of the kandas, missed the moment of the cultural and language barrier of the settlers. The kandas face two main objective difficulties: the cultural and language barrier. Problems that are directly related to language adaptation to life in kazakh society: the first is incomplete knowledge of the kazakh language and the second is ignorance of the russian language. This leads to the communication of the kandas only among their acquaintances in a narrow circle. Such non-connections complicate the life of the kandas even at the household level, for example, people cannot get a proper service in a language they understand. When resettling, it is necessary to take into account the peculiarities of the country from where they come. The government sends kandas to the northern regions of Kazakhstan to balance the migrants, where the russian language will mostly prevail. Such trends arouse many problems and lead to a decline in the return of the kandas to their homeland.

The cultural concept of repatriates also differs from local ones. In many ways, the kandas is a source of forgotten traditions and customs. The kandas adopted some features of the peoples among whom they lived, which is a start for Kazakhstan. It looks strange. No less, if not more, important is the fact that they turned out to be insensitive to the values and socio-cultural order that has developed in Kazakhstan. This is based on multilingualism, internationalism and other values. Other systems of mobilization and social solidarity turned

out to be important and effective for the kandas, in many cases it is reliance on relatives, co-religionists and tribesmen.

The kandas is the important component of the ethnic identity of the Kazakhs. Their return to their homeland and their stay here should be supported not only by the state, but also by local Kazakhs. It is necessary to get rid of stereotypes about kandas and use a symbolic resource of common values.

#### **Bibliography**

1. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Kazakh SSR of November 18, 1991 "On the procedure and conditions of resettlement to the Kazakh SSR of persons of indigenous nationality who have expressed a desire to work in rural areas from other republics and foreign countries"
2. [https://egov.kz/cms/ru/articles/kandas\\_1k](https://egov.kz/cms/ru/articles/kandas_1k)

### **ENVIRONMENTAL ISSUES ON SOCIAL MEDIA IN KAZAKHSTAN**

*Talgat Sholpan*  
*2<sup>nd</sup> year PhD student - Faculty of Journalism,*  
*Al-Farabi Kazakh National University*  
*Scientific adviser: Dudinova E.I.*

As climate change intensifies, people will demand information about what is happening and what they and their governments can do about it. Wise and responsive media managers will see climate change as an opportunity to grow and better serve this audience.

Indeed, coverage of environmental issues in the mass media and social networks occupies a special place in the work of journalists. With the development of the Internet, the work of bloggers started to attract attention in research communities.

The ability of social networks to promote environmental awareness particularly among the youth is of paramount interest of this dissertation. Social networks are a rapidly developing technology, and it becomes a powerful tool in the hands of people who know and understand it. Recognizing its power traditional mass media already have their own pages in social media such as Instagram and Facebook, and most of them successfully create video content for TikTok. For instance, in Kazakhstan all the major media outlets such as KazNews, Tengrinews, Informburo have digital versions on Facebook and Instagram.

Active users of social networks are young people in Kazakhstan in the age range between 18-35 years. According to TNS data, the largest increase of social media usage was seen in the 18-24 and 25-34 age categories. Thus, social networks can be a powerful tool in creating environmental awareness for urban youth. However, scholars think that the role of social media in promoting sustainable attitudes is understudied. This dissertation will attempt to fill the gap with its focus on the impact of social networks, particularly blogging on the environmental awareness of urban youth in Kazakhstan.

Other scholars consider it important to develop step-by-step instructions for companies so they can regularly report the people environmental problems faced by their communities.

During the pandemic, the number of Internet users in Kazakhstan has increased. In January 2021, Internet users in the country numbered 15.47 million people, an increase of 5% (741,000 people) since the beginning of 2020. At the beginning of 2021, Internet penetration was already 81.9%.

Forced self-isolation also increased the time Kazakhstanis spent watching television, thus, in 2020, the consumption of Internet resources increased, which is also due to the fact that work, study and communication have switched to online.

Since 2020, the number of social media users has also increased. In January 2021 there were 12 million Kazakhstanis in social media, up 26% (2.5 million people) since the beginning of 2020.

In general, in 2020, social networks have firmly entrenched themselves in the position of the main channel of communication with any audience - which is due, first of all, to the fact that official news websites have practically ceased to be a place for consuming information: they have been replaced by social networks and instant messengers, where all up-to-date information, and separate services where, for example, entertainment content is consumed. In general, in Kazakhstan, the share of social media users in 2021 is 63.5%.

ҰЛЫ ДАЛАНЫҢ РУХАНИ МҰРАЛАРЫ.....	109
Мурзанова Аружан XXI ҒАСЫРДЫҢ ЖАСТАРЫ МЕН ҒЫЛЫМЫ: ШЫНДЫҚ ЖӘНЕ БОЛАШАҚ.....	110
Омар Мадина, Әменова Тоғжан САЙТ – КОМПАНИЯНЫҢ ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУШЫ PR ҚҰРАЛ РЕТІНДЕ .....	111
Өлмес Меруерт Серікқалқызы ӨЛ-ФАРАБИ МЕН АБАЙ РУХАНИЯТЫНЫҢ ҮНДЕСТІГІ .....	112
Сахи Аружан Берікқызы БІЛІМДІ ЖАСТАР - ЕЛІМІЗДІҢ БОЛАШАҒЫ.....	113
Тастанбек Аяулым ДӘСТҮРЛІ ЖӘНЕ ЦИФРЛЫҚ БІЛІМ БЕРУ ТОҒЫСЫ.....	113
Әменова Т.М, Омар М.Т. МЕМЛЕКЕТ ТІҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ИМИДЖІН АРТТЫРУДАҒЫ PR ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ СПОРТТЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ РӨЛІ ҚАНДАЙ? .....	114
<i>Е.К. Тулегенов,</i> PR ҚЫЗМЕТІНДЕ ТЕЛЕДИДАРЛЫҚ ЖАРНАМАНЫ ҚОЛДАНУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ (ТЕЛЕДИДАРЛЫҚ ЖАРНАМАНЫ ТАЛДАУ НЕГІЗІНДЕ).....	116
Тұрғанбаева Гүлім PR АССОЦИАЦИЯЛАРДЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ .....	117
Халық Жанат DIGITAL PR – ДІҢ (ЦИФРЛЫҚ PR) ЕРЕКШЕЛІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЖАСАЛУ ЖОЛЫ .....	118
Нугуманова Зайна ТҰРАҚТЫ ДАМУ МАҚСАТТАРЫНДАҒЫ КЛИМАТ ӨЗГЕРІСІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІН АҚПАРАТТАНДЫРУДЫҢ PR САЛАСЫНЫҢ РӨЛІ.....	119
<b>СЕКЦИЯ 5. DIGITAL PR И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА</b>	
Муса Н.М. МЕЖЭТНИЧЕСКОЕ СОГЛАСИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СМИ .....	121
Капанова Дарико АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ КАЗАХСТАНСКИХ ИТ-КОМПАНИЙ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ.....	122
Нургалiev Жанталi ВОЗДЕЙСТВИЕ «САРАФАННОГО РАДИО» В СОЦСЕТЯХ НА ПОВЕСТКУ КСО В ДЕЛОВОЙ СРЕДЕ .....	123
Абубакир Адия ПОЧЕМУ ЖУРНАЛИСТАМ ВАЖНО ОСВЕЩАТЬ ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА? .....	123
Нюсупова Адия СРЕДСТВА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR.....	125
Тлеу Жанерке КОММУНИКАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СПОНСОРСТВА И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ PR-ИНИЦИАТИВ .....	126
Анесова Ж.Б. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ .....	127
Нуршаихова Алия	



РАССЛЕДОВАНИЕ И ЖУРНАЛИСТИКА, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТАНДЕМ.....	128
Канатова Асем «ЯЗЫК ВРАЖДЫ» В ЖУРНАЛИСТИКЕ .....	129
Коксегенова А.Н. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМАТИКИ И ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКИХ И ЮЖНО-КОРЕЙСКИХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ.....	129
Маршалова Кырмызы Абылайқызы КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В КАЗАХСТАНЕ .....	130
Омархан Ж.А. ПРОТЕСТ В ИНТЕРНЕТЕ.....	131
Жумакан Диана Аскаровна «МЫ ВСТРЕТИМСЯ ТАМ, ГДЕ НЕТ ТЕМНОТЫ»: ПРОЕКЦИЯ МИРА ОТ "МИФА О ПЕЩЕРЕ" ПЛАТОНА ("ГОСУДАРСТВО") ДО 2022-ОГО ГОДА .....	133
Ким А.И. КАК СДЕЛАТЬ ПРОГРАММУ ИНТЕРЕСНОЙ И «СМОТРИТЕЛЬНОЙ»: ИЗ ОПЫТА ТЕЛЕВИДЕНИЯ ЯПОНИИ.....	134
Марат Б.М. PR ТЕХНОЛОГИИ В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ .....	135
Турлаш Г.Л. ФРЕЙМИН В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА МИГРАНТА.....	136

#### 6-SECTION. DIGITAL PR AND INTERNATIONAL JOURNALISM

Tolegen Elmira MEDIA TRANSFORMATION IN THE ERA OF TECHNOLOGICAL BOOM.....	137
Aditya Rana PR IN EVOLVING THE DYNAMICS OF THE CORPORATE WORLD IN INDIA & KAZAKHSTAN .....	138
Kenzhebekov Ilyas Zhomartuly BUSINESS COMMUNICATION IN PR: TRADITIONS AND NEW TRENDS.....	139
Marat BalaussaMaratkyzy DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF ONLINE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF NEWS SITES) .....	140
Oralbekova Ayazhan Oralbekovna THE UNESCO'S ROLE IN A JOURNALISTIC EDUCATION .....	141
Asylbekova Arailym Serikkyzy PR TECHNOLOGIES FOR IMPROVING COMPANY EMPLOYEES' SOCIAL WELL-BEING DURING CRISIS SITUATIONS .....	142
Yestemes Aruzhan Talgatkyzy WOMEN'S RIGHTS IN KAZAKHSTAN. DOMESTIC VIOLENCE AND HOW TO SOLVE IT.....	142
Ayarova Sayazhan THE PROCESSES OF DIGITAL MEDIA TRANSFORMATION. THE SPECIFICS OF ELECTRONIC MEDIA .....	143
Hu Xiao THE TREND AND STATUS OF PR DEVELOPMENT IN CHINA.....	144
Ayazhan Bauyrzhan	

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ  
MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF THE REPUBLIC OF  
KAZAKHSTAN  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ  
КАЗАХСТАН

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

Журналистика факультеті  
Факультет журналистики  
Faculty of Journalism



**II ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ФОРУМЫ**

Алматы, Қазақстан, 2023 жыл, 6-8 сәуір

Студенттер мен жас ғалымдардың  
**«ФАРАБИ ФОРУМЫ»**  
атты халықаралық ғылыми конференциясының  
**БАҒДАРЛАМАСЫ**  
Алматы, Қазақстан, 2023 жыл, 6-8 сәуір

**II МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИ ФОРУМ**

Алматы, Казахстан, 6-8 апреля 2023 года

**ПРОГРАММА**

международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
**«ФАРАБИ ФОРУМ»**  
Алматы, Казахстан, 6-8 апреля 2023 года

**II INTERNATIONAL FARABI FORUM**

Almaty, Kazakhstan, 6-8 April, 2023

**PROGRAM**

International Scientific Conference of Students  
and Young Scientists  
**«FARABI FORUM»**  
Almaty, Kazakhstan, 6-8 April, 2023

Алматы, 2023

кто-то становится жертвой лжи, он может в рамках своих действий сделать заявление о том, что против него применялись неэтичные методы. Нужно ликвидировать информационный вакуум.

Конечно, иногда случается так, что компании могут превратить такую ситуацию в собственный успех. Участие в дискуссиях, безусловно, повышает интерес к данному бренду. Однако делать это нужно очень умело. Крики, словесные потасовки, переход на личности – это не то, чего ждут адресаты. Эффективным методом может быть аргументация по существу, документирование ложных слов или обвинений в конкуренции.

## **МИГРАЦИЯ КАК ФАКТОР КРОСС-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА**

**Цай С.**

студентка 3 курса

Науч. р/к., к.ф.н., доц. **Негизбаева М.О.**

Современные тенденции международной миграции в Казахстане, ее влияние на социально-политические и культурные аспекты развития страны позволяют говорить об актуальности данной темы. Научные доводы, экспертные мнения, журналистские материалы, дискуссии на тему кросс-культурного развития в условиях миграционного процесса обсуждаются на разных отечественных и международных площадках.

Суждения о мультикультурном обществе, толерантности и возможности ассимиляции мигрантов в Казахстане приобретают все больший интерес. Есть люди, критикующие политику, лояльную к прибывающим иностранным гражданам. Есть те, кто принимает мигрантов как новых членов казахстанского общества.

Современные политические реалии уже давно выходят за экономические рамки, приобретая социально-психологический феномен. Он обретает большую огласку и затрагивает все больше и больше людей, проблем, вопросов, таких как: национализм, беженцы, ассимиляция, права иностранцев и т.д.

По мнению казахстанских ученых «Традиционно вынужденное или добровольное переселение связывают с высоким уровнем психологической, экономической и социальной дестабилизации субъектов. Миграция, таким образом, несет с собой широкий перечень рисков, возникающих как у самих мигрантов, так и в принимающей стране» [1].

Причины миграции могут быть разными, чаще всего они экономические и политические. Наряду с этим мигранты имеют ряд проблем.

**Юридические проблемы:** некоторые мигранты работают нелегально в Казахстане, что может привести к проблемам с правовым статусом. Они не могут получить разрешение на работу и проживание из-за сложных и долгих процедур получения разрешений.

**Экономические проблемы:** многие мигранты работают в секторе низкооплачиваемых и неофициальных работ, что может привести к эксплуатации и нарушению их трудовых прав. Кроме того, в некоторых случаях они могут столкнуться с конкуренцией на местном рынке труда.

**Проблемы социальной адаптации:** есть трудности в адаптации к новой культуре и языку, что может привести к социальной изоляции и дискриминации, недоверию со стороны местных жителей. Это может повлиять на их эмоциональное и психологическое состояние [2,3,4].

**Культурные проблемы:** мигранты могут испытать культурный шок, связанный с непривычным образом жизни, языком, обычаями и традициями, что может привести к негативным эмоциональным и психологическим последствиям.

**Медицинские проблемы:** многие мигранты имеют ограниченный доступ к медицинской помощи, что может привести к невозможности получения необходимого лечения и медицинской помощи в случае болезни или травмы.

Использованные источники:

1. Дудинова Е.И., Негизбаева М.О., Турлаш Г.Л. Позитивная коммуникация как технология адаптации мигрантов и кандас в Казахстане: аспекты межкультурной интеграции // Вестник КазНУ. **Серия Журналистики**. № 3 (65) 2022. С. 58-67
2. Турдыбергенова Г. А. Проблемы социальной адаптации мигрантов в Казахстане // Наука, технологии и инновации в современном мире, № 2(1) 2018. С. 60-63
3. Тлеубердинова А. Проблемы и перспективы социальной адаптации мигрантов в Казахстане // Инновационный мир. № 3(3) 2020. С. 82-85
4. Ибрагимова А. Проблемы социальной адаптации мигрантов в Казахстане // Наука и образование. № 5. С. 23-27

129.	<b>Асетов Ш.</b> ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА НА ПЛАТФОРМЕ ТИКТОК	146
130.	<b>Барлыбаева Д.</b> PR В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	147
131.	<b>Дейхина А.Е.</b> ГУМАНИТАРНАЯ ПЕДАГОГИКА КАК НОВЫХ ПОДХОД К СОВРЕМЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ	148
132.	<b>Елюбаева А.Б.</b> ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ	150
133.	<b>Изеева М.</b> ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ В РЕГИОНАХ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ	151
134.	<b>Имамадин Б.</b> ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ PR-КАМПАНИИ	152
135.	<b>Конншев Н.</b> КАНОНЫ И НОВАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ	153
136.	<b>Ким А.И.</b> ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФАКТЧЕКИНГА В НОВОСТНЫХ СМИ. МИРОВОЙ ОПЫТ	154
137.	<b>Конншев Н.,</b> АНАЛИТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ В ИНТЕРНЕТ-СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА	155
138.	<b>Маратова Ә.</b> КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ PR	156
139.	<b>Муса Н.</b> ОСВЕЩЕНИЕ СМИ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ СРЕДЕ	157
140.	<b>Мухатаева К.</b> СОЦИАЛЬНАЯ ПРИРОДА АГРЕССИИ В ЦИФРОВЫХ МЕДИА: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	158
141.	<b>Мұсабаева К.Б.</b> КАК ОСВЕЩАТЬ НЕГАТИВНЫЕ ТЕМЫ В СМИ (НА ПРИМЕРЕ СУИЦИДОВ)	158
142.	<b>Рамазанова А.Р.</b> ГУМАНИЗМ И РЕЛИГИЯ	159
143.	<b>Турсунканова А.</b> ВИДЕОКОНТЕНТ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	161
144.	<b>Тюлебаева А.</b> АТРИБУТЫ PR-ВОЗДЕЙСТВИЯ	162
145.	<b>Утаров Т.</b> ЧЕРНЫЙ PR В БИЗНЕСЕ	163
146.	<b>Цай С.</b> МИГРАЦИЯ КАК ФАКТОР КРОСС-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА	164
<b>6-SECTION</b>		
<b>DIGITAL PR AND INTERNATIONAL JOURNALISM</b>		
147.	<b>Bakirova N.</b> DIGITAL PR TOOLS	166

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТІ  
ЮНЕСКО-НЫҢ ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ КОММУНИКАЦИЯ КАФЕДРАСЫ

«ТҰРАҚТЫ ДАМУ МАҚСАТЫНДА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ  
ЖУРНАЛИСТИКАНЫ ОҚЫТУ МОДЕЛЬДЕРІ» (МТІЈ)  
атты VII Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция  
МАТЕРИАЛДАРЫ

*Алматы, Қазақстан  
6 сәуір, 2023 жыл*

МАТЕРИАЛЫ  
VII Международной научно-практической конференции  
«МОДЕЛИ ОБУЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ  
В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ» (МТІЈ)

*Алматы, Казахстан  
6 апреля 2023 года*

MATERIALS  
VII International Scientific and Practical Conference  
«MODELS OF TEACHING INTERNATIONAL JOURNALISM  
FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT» (MTIJ)

*Almaty, Kazakhstan  
6 April, 2023*

Алматы  
«Қазак университеті»  
2023

3. Туындыға қол сұғылмаушылық, атап айтқанда оның бастапқы нысанын кейінгі өзгерістерсіз немесе бұрмалаусыз қалпында қалдыру;

4. Шығармашылық өнімнің жариялануы, хабарлануы үшін арнайы шектеулерсіз, тыйым салынуларсыз қолжетімділігіне баға беру.

Мүліктік емес құқықтар бірнеше этаптарға бөлінбейді. Автордың мүліктік құқықтарына да қатысы болмайды.

Зияткерлікті меншікті қорғау, құқығын сақтау әр елдің заңының алдындағы негізгі міндеттемелердің маңызды тұсы ретінде қарастырады. Біздің елімізде де авторлық құқық заң арқылы реттеледі. Бірақ арнайы белгілі бір тұстарда ғана авторлықты заңмен бекітіп, қорғауға болады. Авторлық құқықтың бірнеше түрлері бар. Жалпы, алып қарағанда авторлық құқықтың маңызы да, алатын орны да ерекше. Зияткерлік меншік саласынан алып қарағанда заң тұрғысынан реттелуі құпталатын және талап етілетін іс.

#### **Пайдаланған әдебиеттер тізімі:**

1. Фактчекинг журналистика зерттеуінің тренді: мүмкіндігі мен болашағы. А. Гороховский, - Алматы, 2017
2. Қазақстандағы практикалық журналистика, «Media Net», -Алматы, 2017.

## **ОСВЕЩЕНИЕ СМИ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ СРЕДЕ**

**Муса Н. М.**

*Международная журналистика, PhD докторант 2-курса  
nazerken@gmail.com*

**Абстракт.** В статье исследуется современное состояние и проблемы ответственности СМИ в освещении межэтнических отношений в Казахстане. Автор анализирует средства массовой информации как способ освещения межэтнических конфликтов и делает небольшой анализ одного из казахстанских СМИ.

**Ключевые слова:** этнический, межэтнический, межэтнический конфликт, СМИ

Сегодня этничность справедливо рассматривается как один из феноменов, представляющих интерес для науки и общества. Понятие «этничность» за последнее время обновилось, а средства массовой информации стали важным фактором ее актуализации.

Как показывает практика, средства массовой информации, несомненно, влияют на межнациональное взаимодействие как больших, так и малых групп населения, интенсивность и формы этого взаимодействия, могут принимать толерантный или конфликтный тон. В свою очередь, толерантная направленность в освещении проблемы этничности является одним из важных вопросов любого полиэтнического демократического общества.

Средства массовой информации оказывают огромное влияние на формирование толерантного или конфликтного этнического сознания населения. В результате на регулирование межэтнических отношений. Поэтому через средства массовой информации искусственно формируются массовые негативные межэтнические настроения, распространяются массовые этнические предрассудки. Отсюда ксенофобия и межнациональная напряженность в обществе.

Казахстанские СМИ являются важным каналом распространения этнической политики, но многие этнические проблемы не освещаются в полной мере. Во многих случаях граждане нашей страны не являются непосредственными свидетелями межэтнических противостояний. Их информируют данные, предоставленные им СМИ. Актуальность данной работы заключается в выявлении особенностей методов освещения социальных конфликтов казахстанским электронными СМИ. Выявить этническая предвзятость СМИ или искажение фактов и другие характеристики.

Главный исследовательский вопрос заключается в том, как средства массовой информации освещают межэтнические конфликты и какие последствия это может иметь.

По данным исследовательского ресурса Google по теме межэтнических конфликтов, за период с 2000 по 2021 годы было найдено более 15 тыс. работ. По результатам статей, связанных с Казахстаном, выявлено 13 тыс. работ, многие из них России, стран СНГ и Казахстана. авторы.

База данных Scopus содержит более 7 тысяч результатов, связанных с этническими конфликтами. Например, одним из последних исследований стала статья Кашкинбаевой А. «Оценка

роли медийно-языковой политики в стабилизации межэтнических отношений на современном этапе: на примере многонационального Казахстана» раскрывает динамику языковой ситуации в регионах страны. Роль языкового фактора в структуре этнической идентичности крупнейших этносов Казахстана. [1]

Также в исследовании на эту тему Динары Тусуповой «СМИ и межэтнические отношения в Казахстане» (2014) раскрывается роль национализма в казахстанских СМИ и маловодных событиях 2007 года и его освещение средствами массовой информации. [2]

СМИ все чаще используются как политический инструмент воздействия на этнополитические процессы. Можно заметить этническую предвзятость СМИ или искажение фактов и других характеристик в сторону освещения. Между депортированными произошли первые послевоенные межэтнические столкновения и конфликты. Многие межэтнические конфликты классифицировались местными правоохранительными органами как совершение уголовных преступлений большой группой лиц массового хулиганства и не получили широкого освещения в СМИ.

В Казахстане в 2006 и 2007 годах произошло несколько массовых восстаний, в ходе которых этнические казахи столкнулись с другими этническими группами. Хотя ни один из конфликтов официально не характеризовался как межэтнический. [2]

Казахстанские СМИ являются важным каналом распространения этнической политики, но многие этнические проблемы не освещаются в полной мере. «В этом жанре журналисты очень часто, даже имея минимум реальных знаний по предмету, представляют расплывчатые мысли о том, что происходит в тех или иных сферах нашей страны», — отмечает Гришин [3].

«В нашей журналистике значительно меньше живых комментариев и передач». Процесс казахизации дал некоторые положительные результаты, такие как усиление патриотизма, возрождение казахской культуры и обычаев, восстановление исторической памяти и более широкое использование казахского языка. Однако были и негативные последствия. Средства массовой информации иногда искажают или преуменьшают исторический вклад неказахских национальностей, и они быстро повторяют негативную пропаганду, созданную жесткими казахскими националистическими группами. [4].

Как правило, такие острые и одновременно тонкие темы освещают СМИ позиционирующие себя как независимые и беспристрастные. Проанализировав ряд статей новостного агентства Azattyq.org можно предположить, что информация предоставляется с использованием различных видов контента и источников. Многие материалы написаны в нейтральном тоне, за исключением некоторых статей, включающих мнения специалистов и очевидцев, а также такие форматы как: обзор, статья, новость, заметка, интервью. Многие из них представляют собой материалы в виде статьи и видеорепортажа с места происшествия. Источники публикации в основном жители и свидетели событий, а также государственные органы, пресс-службы организаций. Также было выявлено, что заголовки и содержание материала преимущественно придерживались нейтральной позиции.

В целом следует отметить, что тема межэтнических конфликтов в интернет ресурсах рассмотрена с уверенной последовательностью, что позволяет утверждать о важности тематики этнической тематики для электронных СМИ Казахстана.

#### **Использованная литература:**

1. A. T. Kashkinbayev, Evaluation the Role of Media and Language Policy in the Stabilization of Interethnic Relations at the Present Stage: The Example of a Multinational Kazakhstan, 2019.
2. D. Tussupova, Mass Media and Ethnic Relations in Kazakhstan, 2014
3. <https://www.caravan.kz/articles/o-voprosakh-zhurnalistskojj-ehitiki-372829/>
4. Cengiz Surucu, “Western in Form: Eastern in Content: Negotiating Time and Space in Post-Soviet Kazakhstan” (paper presented at the TOSCCA workshop “Kazakhstan
5. Веб-сайт Azzattyq.org



Керимова А.С.	КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕДИА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ҚАЛЫПТАСУ, ДАМУ КЕЗЕҢДЕРІ: ӘЛЕМДІК ЖӘНЕ ОТАНДЫҚ ТӘЖІРИБЕ	112
Маликов Т.	АУДИТОРИЯ НАЗАРЫН ТАРТУ ЖӘНЕ ҰСТАУДАҒЫ ДИЗАЙННЫҢ РӨЛІ	116
Мәуленбай А.	КОПИ-ПАСТ: ЦИФРЛЫҚ МЕДИДАҒЫ АВТОРЛЫҚ ҚҰҚЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ	117
Муса Н. М.	ОСВЕЩЕНИЕ СМИ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ СРЕДЕ	120
Мухаметхан Н.	КОРПОРАТИВТІК ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІКТІҢ ШЕТЕЛДІК ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ МОДЕЛІ	122
Murat A.T.	SOCIAL NETWORKS AS A TOOL OF POLITICAL AGITATION IN PRE-ELECTION PERIOD: KAZAKHSTAN AND FOREIGN EXPERIENCE	125
Нуршаихова А.А.	ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ КАК ФОРМА РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ	127
Омар М.Т., Әменова Т.М.	ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ PR ИНДУСТРИЯ: ПАНДЕМИЯ КЕЗІНДЕГІ ТӘЖІРИБЕ	131
Омар М.Т.	PR-ДАҒЫ МЕТАДЕРЕКТЕРДІҢ НЕГІЗГІ МОДЕЛЬДЕРІ	134
Орнықбай Т.	ҚАЗАҚ КИНО ӨНЕРІ МӘСЕЛЕЛЕРІНІҢ МЕРЗІМДІ БАСЫЛЫМДАРДА ЖАЗЫЛУЫ	137
Сексенбаева Т.М.	3D ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ	144
Терлиқбаев Д.	ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ ПАНДЕМИЯ КЕЗІНДЕГІ АҚПАРАТТЫ ТАРАТУДАҒЫ РӨЛІ	146
Түлегенов Е.К.	ТЕЛЕВИЗИЯДАҒЫ PR-БАҒДАРЛАМАЛАРДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТӘЖІРИБЕСІ	149
Худайбергенова Н.	ЕЛІМІЗДЕГІ ГЕНДРЛІК САЯСАТТЫҢ ПРИНЦИПТЕРІ	153
Nurash A.A.	REPRESENTATION OF CULTURAL NEWS IN KAZAKHSTANI ONLINE MEDIA	155
Абдешев К.	УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ: ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ	158
Марат Б.М.	PR И ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ	160
Анесова Ж.Б.	ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ: ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	162